

DOCUMENT RESUME

ED 225 542

IR 010 547

TITLE Project Profiles. A.I.D. Studies in Educational Technology and Development Communications.

INSTITUTION Agency for International Development (Dept. of State), Washington, D.C. Clearinghouse on Development Communication.

SPONS AGENCY Agency for International Development (Dept. of State), Washington, D.C.

REPORT NO (No English ISBN available).; ISBN-0-89492-048-0 (Spanish); ISBN-0-89492-049-9 (French)

PUB DATE Jul 82

NOTE 396p.

PUB TYPE Reports - Descriptive (141) -- Multilingual/Bilingual Materials (171)

LANGUAGE English; French; Spanish

EDRS PRICE MF01/PC16 Plus Postage.

DESCRIPTORS Agriculture; Audiotape Recorders; *Audiovisual Aids; Case Studies; Communications Satellites; *Community Development; *Developing Nations; Family Planning; Health Programs; *Instructional Improvement; Mass Media; *Radio; *Rural Development; Television; Videotape Recordings

IDENTIFIERS Printed Materials

ABSTRACT

These profiles contain brief case studies showing how communication media are successfully used to support development projects in a variety of fields and international settings. Projects listed emphasize agriculture, health, nutrition, population, education (primary and middle grades, adult, and distance), and integrated development. Project descriptions are presented in a uniform, two-page format listing target audience, objectives, media, donors/sponsors, duration, contacts, project description, results, points of note, and references. The English version contains 72 profiles, while the French and Spanish language versions contain only 45 project profiles. The index in the English-language version is arranged in chart form, listing projects by sector, country, title, media use (audiovisual aids, audiocassettes, correspondence, film, folk media, interpersonal, print, radio, two-way satellite, and television), and sponsor/financing (AID participation, international donors, national government, and self or local financing). Names and addresses have been updated to show current contact data. (LMM)

* Reproductions supplied by EDRS are the best that can be made *
* from the original document. *

Project Profiles

U.S. DEPARTMENT OF EDUCATION
NATIONAL INSTITUTE OF EDUCATION
EDUCATIONAL RESOURCES INFORMATION
CENTER (ERIC)

This document has been reproduced as
received from the person or organization
originating it.

Minor changes have been made to improve
reproduction quality.

Points of view or opinions stated in this docu-
ment do not necessarily represent official NIE
position or policy.

**A.I.D. Studies in Educational
Technology and Development
Communications**

**U.S. Agency for International Development
Office of Education/
Bureau for Science and Technology
Washington, D.C. 20523, U.S.A.**



Prepared by

**Clearinghouse on Development Communication
1414 22nd Street, N.W.
Washington, D.C. 20037, U.S.A.
(202) 862-1900**

AED

ACADEMY FOR EDUCATIONAL DEVELOPMENT

ED225542

IR010547

CC

2

FOREWORD

Project Profiles are written and published by the Clearinghouse on Development Communication. These brief case studies show how communication media are successfully used to support development projects in a variety of fields—agriculture, health, nutrition, population, education, and integrated development.

For the reader's convenience, we have kept the project descriptions brief, in a uniform two-page format. Names and addresses appearing as "Contacts" have been updated, where possible, within the past year so that readers may obtain current data from these individuals.

Project Profiles are indexed according to sector focus, use of media, and country. A translated series of *Profiles* is also available from the Clearinghouse in French, Spanish, and Arabic. We welcome your comments on the usefulness of these *Profiles*, your suggestions for future improvements, and any information you may have on communication projects that could be included in a future collection of case studies.

July 1982

PROJECT PROFILE INDEX

Sector	Country	Title	Audiovisual Aids Audiocassettes Correspondence Film Folk Media Interpersonal Print Radio, Broadcast Radio, Two-way Satellite TV, Broadcast TV-VTR AID Participation International Donors Nat'l Gov't Financing Self/Local Financing														
Agriculture 	Botswana	Lefatshe La Rona—Our Land	•					•	•	•						•	•
	India	School-on-the-Air			•					•							•
	Lesotho	The Training Component of the Thaba Bosiu Rural Development Project						•	•	•						•	•
	Mexico	Plan Puebla	•			•		•	•							•	•
	Philippines	Masagana 99	•					•	•	•			•			•	•
	Thailand	The Radio Farm Forum Pilot Project							•	•						•	•
Education & Human Resources 	Bangladesh	BRAC's Sulla Functional Education Project	•				•	•	•							•	•
	Brazil	The MOBRL Adult Literary Experiment	•	•				•	•	•			•	•			•
	Canary Islands	Radio ECCA						•	•	•							•
	Ecuador	The Shuar Radio Schools						•	•	•						•	

PROJECT PROFILE INDEX

Sector	Country	Title	Audio	Audioc	Corresp	Film	Folk M	Interp	Print	Radio	Radio	Satellit	TV, Br	TV-V	AID Pa	Intern	Nat'l G	SelfLo
	Honduras	Acción Cultural Popular Hondureña						•	•									•
	Kenya	Correspondence Course Unit			•			•	•		•					•	•	•
	Korea	Korean Air and Correspondence High School						•	•	•							•	•
	Mauritius	Mauritius College of the Air						•	•	•			•				•	•
	Mexico	Tarahumara Radio Schools						•	•	•							•	•
	Niger	Télé-Niger						•	•				•				•	•
Health	Colombia	The Candelaria Project	•					•	•								•	•
	Guatemala	The Pila Project		•				•									•	
	Haiti	Radio Docteur	•	•				•	•								•	•
	Kenya	Zaa Na Uwatunze						•		•							•	•



PROJECT PROFILE INDEX

Sector	Country	Title														
			Audiocassettes	Correspondence	Film	Folk Media	Interpersonal	Print	Radio, Broadcast	Radio, Two-way	Satellite	TV, Broadcast	TV-VTR	AID Participation	International Donors	Nat'l Gov't Financing
Integrated Development 	Tanzania	Man is Health (Mtu Ni Afya)	•	•			•	•	•					•	•	
	Uganda	Community Development Project					•									
	Bangladesh	The Comilla Project	•			•	•	•						•	•	
	Indonesia	Community Development Project				•	•									
	Colombia	Acción Cultural Popular (ACPO)	•		•		•	•	•							•
	Ecuador	Radio Barro Negro		•			•	•								
	Ethiopia	Agri-Service Ethiopia		•			•	•						•		
	Ethiopia	Development of Radio for Education Project	•		•		•	•								
	India	Satellite Instructional Television Experiment (SITE)								•	•			•	•	
	Niger	Association of Radio Clubs of Niger		•			•	•	•					•	•	
	Tanzania	Audio Cassette Listening Forums		•			•	•					•	•		
	U.S.A.	The Literacy Training Project				•	•									
	Upper Volta	Project for Equality of Access to Education for Women and Young Girls	•		•	•	•	•	•					•	•	
Nutrition 	India	Nutrition Mass Communication Project	•		•	•		•	•				•	•		
	India	Project for Nutrition	•		•	•	•									
	Mexico	Mass Media vs. Direct Education Program	•				•	•	•						•	•

PROJECT PROFILE INDEX

Sector	Country	Title	Audio	Audiocass	Corresp	Film	Folk M	Interp	Print	Radio	Radio	Satellit	TV, Bro	TV-VTR	AID Pa	Intern	Nat'l G	Self/Lo
Population 	Trinidad and Tobago	Breastfeeding Campaign	•		•			•	•			•					•	•
	Guatemala	APROFAM Family Planning Program	•				•	•	•			•				•	•	•
	Iran	The Model Family Planning Project in Isfahan	•		•		•	•	•								•	
	Korea	The Korean Mothers' Club Campaign	•				•	•								•	•	•
	Philippines	Agricultural Analogy Approach to Family Planning Campaign	•			•	•										•	•
	Sri Lanka	Preethi Marketing Program	•		•		•	•	•								•	•
Women in Development 	Colombia	The Candelaria Project	•				•	•									•	•
	Guatemala	The Pila Project		•	•	•											•	
	Ivory Coast	INADES			•		•	•									•	•
	Upper Volta	Project for Equality of Access to Education for Women and Young Girls	•		•	•	•	•	•								•	•

10

11

PROJECT PROFILE INDEX

[illegible]



ASSISTANCE TO RURAL BROADCASTING Afghanistan

TARGET AUDIENCE:	Farmers in the Afghan provinces of Wardak, Logar, Kunduz, and Herat (approximately 17,500 people)
OBJECTIVES:	To improve rural broadcasting as a means of supporting rural development activities and to test the feasibility of establishing in Afghanistan a communication system involving radio, cassettes, and farmers' feedback
MEDIA:	Radio, tape recorders and cassettes, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Food and Agriculture Organization of the United Nations; Afghanistan's Ministries of Agriculture and Education; Australia's FFH/AD; and Radio Afghanistan
DURATION:	Initiated in 1973; implemented in 1976; Phase I terminated in 1977; Phase II pending
CONTACTS:	Trevor L. Stockley, Rural Broadcasting Specialist, Ministry of Agriculture, Kabul, Afghanistan; Abdullah Naik, General President of the Extension Department, Ministry of Agriculture, Kabul, Afghanistan; S.Y. Wasiq, Director, Radio Afghanistan, Kabul, Afghanistan; and Fazel Rahim, Deputy Minister for Agriculture, Kabul, Afghanistan

DESCRIPTION:

The Assistance to Rural Broadcasting Project took shape in 1973 following meetings in Afghanistan of government officials with the Chief of FAO's Development Support Communications Branch. The project was designed to reflect the Afghan Government's desire to keep farmers apprised of improvements in agriculture and livestock-production techniques and to make them aware of the existence and availability of credit, equitable means of distributing irrigation water, and the possibility of forming farmers' cooperatives. By the time the political and logistical obstacles to implementation had dissolved, 1976, the project had acquired a second dimension — that of a communication support system for the national land reform then in progress.

Abandoning early plans to establish and then to test the feasibility of a rural radio forum in Afghanistan, the project directors decided that a communication system involving radio, cassettes, and farmers' feedback would meet local needs better than the conventional radio forum could. Accordingly, tape recorders and one hundred tapes were purchased, and a survey aimed at determining the kinds of information that farmers wanted and could use (and that project employees could provide) was carried out. In December 1976, tapes produced on the basis of the survey findings were circulated in two provinces.

The radio component of the communication system was already well-established in the project area when the project began. Radio ownership in rural Afghanistan is high and the Ministry of Agriculture's Department of Extension and Development has been contributing twenty minutes of programming to the nightly broadcast of "Village, Home and Agriculture." However, members of the production corps and listeners alike were far from satisfied with the quality and content of the broadcasts. To upgrade program effectiveness, then, a foreign consultant was brought into the Radio Unit of the General Directorate of Information and Publishing of the Department of Extension and Development to provide in-service training for one year to the seven full-time staff members. At the same time, additional recording equipment was bought and a staff vehicle was secured for use in making field trips and collecting farmers' feedback.

Fifty-six extension agents from eight extension units were selected to participate in the project. After being briefed and receiving radios, these agents conducted the sixteen meetings that served as the pre-project survey and visited villages on Wednesdays (when "Village, Home and Agriculture" was broadcast) to drum up interest in the radio broadcasts, to distribute cassettes (in Wardak and Logar only), and to solicit farmers' requests, criticisms, questions, and comments.

Reflecting both the strengths and difficulties encountered by staff members in this project, tentative plans for extension of the project beyond the pilot phase specify that the combination of radio, cassette recorder, and extension agent be retained, that a full-time technician/maintenance person be hired, that Radio Unit personnel be well-versed in either agriculture or extension work, that a filmstrip component be added to the media mix, and that more study be devoted in the future to measuring the rate at which farmers adopt improved practices.

RESULTS:

Records kept by the extension agents show that 3,883 of the roughly 17,500 farmers in the target area had heard at least one tape — a finding confirmed by an extrapolation of the figure (22.5 percent) reached in the evaluation survey. In contrast, two out of every three farmers in the area had heard programs on the national land reform, and four out of five of those who heard the message felt that all their questions had been answered satisfactorily.

In addition to exposure to the medium and the message, increases in knowledge, the correlation of contacts (with tapes and extension agents) with radio-listening habits, the relationship between the specificity of the message and the likelihood that the hearers will act upon it, the relationship between the tendency to provide feedback and the tendency to take action based on newly acquired information, and the relationship between the timeliness of the message and the adoption of advice were all studied.

Not surprisingly, the spread of ideas proved easier to trace than the spread of improved agricultural practices. Moreover, little effort was made to measure changes in farming techniques since the project resources were limited. Research did, however, establish that farmers in the experiment acquired information that they considered useful, tended to value cassette-carried (as opposed to that passed from farmer to farmer) information more as they grew accustomed to the medium, and contended more or less unanimously that "Village, Home & Agriculture" had improved markedly during the year of the experiment. The evaluation survey also showed that half the farmers who had heard the tapes listened regularly to the radio broadcast, compared with three in ten of those who had not heard the tapes. As for the hypothesis that the more tailored a particular recommended technique is to local needs the more likely it is to be tried, it held good for only three of the five variables tested.

OF NOTE:

- The pre-broadcast survey revealed that farmers tended to be interested in topics that are seasonal, local, and related to decisions they have to make. Specifically, the cassettes carried information on the control of rye grass in wheat, of rust and smut in wheat, on the pruning of fruit trees, and on the control of field mice.
- Field trips related to the project were far more than whirlwind tours. Some lasted as long as 25 days.
- Post-project research indicated that receptivity to the broadcast and taped messages had nothing to do with a farmer's age and that level of education correlated with willingness to try a new practice with respect to only one of the five variables measured.
- The FAO-employed consultants who conducted the in-service training for members of the Radio Unit developed a training manual, "Notes on Communicating Through Radio," and a glossary of technical terms.
- Wardak and Logar were selected as sites for the cassette experiment because agriculture extension programs in both were already active, farmers and village leaders were prepared to participate in the project, local authorities promised to cooperate, other development projects were under way, control groups could be identified for experimental purposes, and roads were good enough to permit year-round access by a vehicle with four-wheel drive.

REFERENCES:

- "Assistance to Rural Broadcasting — Afghanistan, Terminal Report", TF.AF6.10(FH), Trevor L. Stockley, Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome, July 1977.
- "Development Communication in the Provinces of Wardak, Logar, Kunduz and Herat," Draft, F.A.O., Rome, October 1977.

Clearinghouse on Development Communication
April 1978

(While it is standard procedure at the Clearinghouse to ask persons intimately involved with the projects described in this series to review the draft Profiles, strenuous efforts to obtain such comments before the publication deadline were in this case unsuccessful.)

LEFATSHE LA RONA — OUR LAND

Botswana

TARGET AUDIENCE:	The adult population of Botswana
OBJECTIVES:	To involve the public (particularly its rural constituents) in learning about and commenting on land-use policies
MEDIA:	Radio, print, flipcharts, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Botswana's Ministry of Local Government and Lands and other national governmental agencies, with financial assistance from the British Government
DURATION:	Begun in 1975; carried out primarily in 1976; follow-up stage completed in 1977
CONTACTS:	Ministry of Local Government and Lands, Private Bag 006, Gaborone, Botswana; Ross Kidd and Alan Etherington, International Council for Adult Education, 29 Prince Arthur Avenue, Toronto, M5R 1B2, Canada; and David Crowley, Head, International Department, The Industrial Society, 48 Bryanston Square, London W1, U.K.

DESCRIPTION:

LEFATSHE LA RONA — Our Land, a project of Botswana's Ministry of Local Government and Lands, has been both an experiment in participatory decision-making and an attempt to solve a land-use problem at the heart of a semi-arid country's economy. Botswana's traditional tribal grazing system — a series of White Papers issued by the government between 1971 and 1975 revealed — could not long withstand pressures exerted by increases in human and livestock populations. Under excessive strain, the communal grazing areas adjacent to villages were plagued by soil erosion, and uncontrolled grazing near surface water was contributing to the deterioration of the veld. At the same time, policies governing well-drilling tended to work against smaller cattle owners (as opposed to wealthy individuals). By 1975, the national government had identified means of reversing land degradation. It had developed a land-management policy based on the practices of stock controls, fencing, paddocking, early weaning, salt-and-bonemeal feeding supplementation, and rotational grazing. But it was also determined to preserve some of the values and features of the traditional land-tenure system and to protect the interests of those who own few or no cattle. Accordingly, it launched an educational and consultative campaign to explain and to get feedback on land-zoning policies and other aspects of the land-management program.

The "Public Consultation" staged by the national government took place in four phases. The first consisted of a two-month national speaking tour in the autumn of 1975. The President and his ministers attended more than 100 *Kgotlas* (community meetings) during this period, explaining public policy and fielding questions from villagers. The second phase, July of 1975 to February of 1976, comprised briefings and seminars for government officers and others. The third phase, the Radio Learning Group Campaign, was trial-run in December of 1975 and conducted on a full scale in 1976. The final phase, the analysis and use of the public responses culled during the Radio Learning Groups, took place in 1976 and 1977.

The Radio Learning Group Campaign involved a pilot project, leadership courses (held in May of 1976), materials preparation (from October of 1975 to March of 1976), radio broadcasts (from June through July of 1976), and follow-up radio programs based on responses to the earlier broadcasts and aired from July to December of 1976. A limited amount of vital information on the land-zoning proposals and their implications for people in various parts of the country was broadcast during this campaign to roughly 3,200 listening groups averaging 16 members each. Every group had a discussion leader recruited and trained by extension workers (in agriculture, community development, and health) who functioned in extension teams. Each group met twice a week for five weeks to discuss the broadcasts and the specially prepared materials (flipcharts, an illustrated popular version of the White Paper on zoning policy, pictures, and study guides). After each program, the group leaders mailed a report on the group discussion to the campaign organizers, who used the information to work out land-use plans and prepare "answer" programs for broadcast.

RESULTS:

Original plans called for the organization of between 4,000 and 5,600 groups, while 3,510 were actually established. The attendance record was comparably positive, with one participant in five attending all meetings and each listening-group member attending an average of six. According to one estimate, one adult in six was reached directly by the campaign.

The desired outcome of *LEFATSHE LA RONA*, a national consensus on the need for new land-use policies and on the most effective ways for implementing such policies, appears to have been achieved. The Public Consultation (defined in the campaign as "government and people discussing together") revealed that the people of Botswana recognize the problem of overgrazing and see the presence of too many cattle as a major cause, that a large majority favored (though hesitantly) the principle of granting exclusive leasing rights to grazing land and also wanted such grazing land situated in the sand-velds where population density is low. About the formation of ranching groups, the people of Botswana are uncertain, though they acknowledge that this is a major mechanism by which a "small man" could benefit. Most RLG members opposed the setting of limits on the number of cattle that an individual farmer could hold. Most were also hesitant about adopting expensive, modern ranching methods but were interested in learning more about them and having access to the financing for them. These and other findings are being used by the national government and the regional Land Allocation Boards on an *ad hoc* basis in decision-making. They have not been used to form laws or nationwide policies, since conditions and listening-groups responses varied so much among Botswana's 11 districts.

OF NOTE:

- The main issues covered in the questionnaires used to gather feedback were grazing rights, zoning, the importance to present and future generations of caring for the land and respecting its limits, water rights, fencing, conservation in general, resettlement schemes, and the possibility of establishing farmer's groups.
- Radio was selected as the primary medium because almost four-fifths of the adult population of Botswana cannot read or write.
- Although the official national language, Setswana, was used for radio broadcasts, some—very few—adults intended to benefit from the radio programs don't speak Setswana. Other problems related to the translation of English-language materials into Setswana were also encountered.
- One observer of the interministerial media campaign has raised the possibility that the campaign was too intense, that "media overkill" came into play.
- Some members of the Radio Listening Groups were openly suspicious of the government's interest in their opinions. "Why, they asked, "hasn't the government consulted us about other matters of public interest?"
- The cattle industry is the mainstay of Botswana's economy.
- Report forms returned to project headquarters were tabulated and analyzed by computer.

REFERENCES:

- "*Lefatshe La Rona — Our Land: The Report on the Botswana Government's Public Consultation on its Policy Proposals on Tribal Grazing Lands*," Ministry of Local Government and Lands, Gaborone, September 1977.
- "*Lefatshe La Rona — Our Land: An Explanatory Note*," Ministry of Local Government and Lands, Gaborone, March, 1978.
- "Technical Notes 1-5 on the TGLP Campaign," Alan Etherington, Botswana Extension College, 1977 and 1978.
- "Botswana's Radio Learning Group Campaign," David Crowley and Ross Kidd, International Extension College, England, 1976.
- "Radio Learning Campaigns: The Botswana Experience", Ross Kidd and Alan Etherington, *Convergence* 1978 11(3-4): 83-92.
- Radio Learning Group Manual*, David Crowley, Alan Etherington, Ross Kidd, Friedrich-Ebert Foundation, Bonn, 1978.

BASIC VILLAGE EDUCATION Guatemala

TARGET AUDIENCE:	Indian and Ladino farmers in Guatemala
OBJECTIVE:	To change farming practices and increase production through the effective use of communication
MEDIA:	Interpersonal communication, radio forums, graphic materials
DONORS/SPONSORS:	The Latin American Bureau of the U.S. Agency for International Development, and the Guatemalan Ministries of Education and Agriculture
DURATION:	Implemented in 1973; ongoing
CONTACT:	Prof. Mario R. Dardon, Project Director, Programa de Educación Basica Rural, 2a. Avenida 8-53, Zona 1, Guatemala City, Guatemala; Richard Martin, Education Officer, U.S. AID/LAC, Rm. 2245 New State, Washington, D.C. 20523, U.S.A.

DESCRIPTION:

Basic Village Education (BVE) is a five-year experiment aimed at using communications media to acquaint Guatemalan farmers with modern agricultural practices. Its ancillary goal is to increase the effectiveness of extension workers so they can help solve individual and regional farming problems. The plan to test the cost-effectiveness of various mixes of communications media was implemented by the Academy for Educational Development under contract to the Agency for International Development (whose total contribution to the project will cumulatively total at least \$1,650,000 by the time the project is completed). The plan originally called for three and, later, for four distinct communications mixes, representing increasing degrees of contact with the rural families "in two vastly different cultural and geographical settings."

In 1973, the project was initiated among the Spanish-speaking Ladinos (Mestizos) in the southeastern part of Guatemala. Roughly 18 months later, the experiment was extended to include the western highlands, where it was directed toward the Quiché-speaking Indian population. In a survey conducted by the BVE staff in 1974, the illiteracy rate was pegged at 64 percent in the Yupiltepeque Valley of southeastern Guatemala and at 66 percent in rural communities near Momostenango in the highlands.

Radio was chosen as the main conduit for imparting new agricultural knowledge and stimulating behavioral change. Two radio stations broadcast eight hours a day, from 5 to 9 a.m. and from 4 to 8 p.m., Monday through Saturday. To attract and maintain a large listening audience, the BVE staff programs about 80 percent of the

broadcast time with music, entertainment, and other programs unrelated to agriculture. The remaining hours are devoted to the discussion of farming. The core agricultural program includes a 30-minute "agricultural magazine," radio novels, a question-and-answer interview with an agronomist, and 30 to 40 spots that carry agricultural messages.

The first of the four different communication treatments consists of messages delivered by radio alone. The second adds a village "monitor" — locally selected and trained for about a month — who weekly visits four or five villages that together contain approximately 200 families and who holds late afternoon forums at which recorded radio messages are played on a cassette recorder. The monitor uses flipcharts and posters to spark discussions, gives out take-home sheets, and in some cases, cultivates demonstration plots. A third treatment provides low-level technical assistance from agronomists, each of whom serves roughly 600 families. The BVE field agronomist works with monitors in the villages, conducts plot demonstrations, helps identify local crop-production problems, and advises farmers. He also serves as the monitors' supervisor and trainer and is an important feedback channel from the field. The fourth, added in 1975, employs monitors alone in areas not reached by the radio shows.

RESULTS:

Contrary to expectation, and probably because programming is so carefully tailored to local needs, *radio alone* seems to be having a significant impact on farmers' behavior. This particular experimental design, some say, has created an extended personal communications system rather than a traditional impersonal broadcasting sphere. Also, the monitors and agronomists appear to reinforce the radio messages effectively.

The radio forums tended to attract farmers already disposed to adopting more modern farming practices. But some farmers who did not attend the forums also changed their farming practices. Chief among the changes were the selection of heartier corn seed and the use of fertilizer at flowering and seeding time. Fungicide use also increased among many area farmers, but this change was less marked.

OF NOTE:

- In 1976, the usual effect of low rainfall on crop yields was exacerbated by a drought that occurred in the critical months of July through September.
- The experiment was disrupted by the earthquake in February of 1976. For a month project resources were used almost exclusively in relief activities.
- The introduction of silk-screening in 1976 produced superior graphics, eliminated tedious hand copying, and allowed artists more time to integrate feedback concepts into future illustrative materials.

REFERENCES:

"The Basic Village Education Project: Third Interim Report, Field Operations, June 1975 — 1976," Academy for Educational Development, Washington, D.C., 1976.

"The Basic Village Education Project: Third Interim Report, Evaluation Component, University of Florida, July 1976," Academy for Educational Development, Washington, D.C., 1976.

Clearinghouse on Development Communication
June 1977

SCHOOL-ON-THE-AIR India

TARGET AUDIENCE:	Indian farmers
OBJECTIVE:	To impart a systematic knowledge of agricultural science to farmer listeners via radio broadcasts
MEDIA:	Radio, supplemented by written correspondence
DONOR/SPONSOR:	All India Radio
DURATION:	Initiated in August 1975; ongoing
CONTACT:	Dr. Pradip K. Dey (Project Director), Farm Radio Officer, All India Radio, Calcutta, India

DESCRIPTION:

In 1975 All India Radio developed a strategy to deal with the complex problem of delivering, in a short period of time, modern farming information systematically through channels acceptable to the rural farming population of West Bengal. The radio station chose literate farmer listeners with access to radios as the target audience for a broadcast series on agricultural science information. Its staff assumed that if systematic knowledge of agriculture were imparted to the farmer listeners, they would become "contact farmers" and disseminate modern agricultural innovations to villagers hitherto incapable of interpreting, or without access to, complex information on modern agriculture.

The *School-on-the-Air* for farmers broadcast six courses between late 1975 and early 1976. Each course consisted of five half-hour lessons. The curriculum was planned with the help of the Agricultural Department of the State Government of West Bengal, which also selected the broadcast trainers or teachers.

Trainers prepared the lessons and read them over the radio every Sunday between 7:00 and 7:30 p.m. The delivery pace was slow so the farmer listeners could write down important points. Key points, as well as unit numbers and measures, were repeated several times throughout the broadcast. At the end of each program, questions were broadcast. Before the listeners mailed responses to these questions to the radio station, their requests for clarification on points broadcast during the program were answered. Trainers marked each paper, and at the end of the year the radio listener received a certificate of appreciation along with his grades.

RESULTS:

Although All India Radio feels that a large number of farmers may have benefitted from the broadcast programs, only 114 actively participated in the correspondence course during the first "school year." These trainee listeners were surveyed at the end of the training session to ascertain their interests and expectations, and their potential for becoming contact farmers. Most participants, the survey showed, were between the ages of 20 and 29, educated at the high school level, and of middle income status. About 53 percent were closely associated with cultivation, while 35 percent were students or teachers. Most reported listening to the lessons on their own radios, and most were prone to greater social participation after hearing the broadcasts.

Overall, participants generally took a total of three out of the six courses offered during the training session. Most listeners were interested primarily in courses on the cultivation of wheat and summer paddy, two widely cultivated and remunerative winter crops in West Bengal. They reported that their strongest motive for participating in the course was to learn more about scientific farming, but that the desire for realizing increased profits came second.

After the first-season responses were analyzed by members of the Department of Agriculture of West Bengal, the 1976-77 School-on-the-Air was altered to stress the most popular subjects, and broadcast times were changed. The 1976-77 courses subsequently drew a higher number of active participants (155-180, depending upon the course). According to the project director, the evaluation showed that the likeliest participants in future farmers' School-of-the-Air courses will be prospective farm leaders — potential contact farmers.

OF NOTE:

- To measure listeners' potential for becoming contact farmers, researchers compared the participants' socio-personal characteristics with those of potential farm leaders identified by past investigators.
- Studies do not confirm that feedback from listeners altered future broadcasts, nor that broadcast trainers directly asked radio listeners to reach out to disadvantaged farmers with the innovative broadcast information.
- While farmers originally listed making monetary gains as the second most important reason for listening to the radio broadcasts, a follow-up study showed that expectations for realizing such profits dropped during or after the course.

REFERENCES:

- "Agricultural Broadcasting: A Novel Approach in Calcutta," Pradip K. Dey, *Combroad*, No. 34, January-March 1977.
- "Identification of Participants of the School-on-the-Air for Farmers," *Indian Agriculture*, Vol. 20, No. 2, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
June 1977

KIPSIGIS HOMESTEADS CATTLE-DIP MANAGEMENT PROGRAM Kenya

TARGET AUDIENCE:	Maneret dairy farmers near Sotik and Kipsigis (about 200 in all)
OBJECTIVES:	To use small media to provide cattle-raisers with educational and motivational information related to a tick-eradication program
MEDIA:	Cassette tape recorders, posters, photoessays, photographs, film, print, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	U.S. Peace Corps; the Government of Kenya
DURATION:	Begun in 1970; ongoing
CONTACTS:	Bruce E. and Alisa K.A. Lundeen, Arusha Appropriate Technology Project, P.O. Box 768, Arusha, Tanzania; Joseph Kenyua, Cattle-Dip Supervisor, Sotik, Kenya

DESCRIPTION:

The U.S. Peace Corps began the *Kipsigis Homesteads Cattle-Dip Management Program* in 1970 to make head-way against the fatal strains of tick-borne cattle diseases so widespread in Kenya. The adult-education component of the project was later revised and expanded when it became apparent that the project had gone awry. Additional educational activities were needed because many of the local farmers clearly did not understand how dipping cattle controls ticks or why dipping cannot work unless it is done regularly. Indeed, some farmers did not dip any of their cattle, some did so in a hit-and-miss fashion, and some dipped only their upgraded animals, leaving the indigenous Zebu stock open to tick attacks. At the same time, the dipping facilities were not being maintained properly, and the Kipsigis Cooperative's management was not obtaining enough chemical concentrate to keep the dipping solution at the necessary strength.

Discussions with farmers and local veterinary workers confirmed the assumption that the farmers did not understand how dipping cattle controls ticks. They also revealed that farmers who did grasp the relationship were reluctant to pay dipping fees when the chemical solution was too weak to be effective. While veterinary extension workers had tried to remedy these problems by consulting with groups of farmers and with members of the Cooperative management, their lack of experience with nonformal adult-education approaches fitted them to do little more than chide uncooperative cattle farmers.

To fill this information gap, two Peace Corps volunteers worked with the veterinary extension agents to develop photobooklets (with Swahili captions and an accompanying taped narration in the local language), three-dimensional demonstration models, and other audio-visual aids for use at the dipping facilities and in farmers' meetings and Cooperative Committee sessions.

Care is exercised in all these learning activities to involve the Wazee (or "venerable elders"). These older farmers are called upon to tell of bygone animal-husbandry practices, and their stories prompt the other farmers to reflect upon changes (such as the introduction of graded animals) and their implications. All the farmers in the groups are free to ask and answer questions and to share information. Outside resource people participate in these discussions, too, but they take pains to refrain from introducing new information until the local people are ready and able to use it.

Outside of the meetings, the primary medium is the audio cassette recorder. Use of the recorder enables project workers to obtain farmers' reactions to the educational activities, to share the proceedings of these meetings with farmers unable to attend, and to record oral history related to agriculture.

RESULTS:

Through discussion, solutions that incorporated both knowledge within the community and new information relevant to the farmers' needs and situations were developed.

Management of the dips became more efficient, a greater emphasis was placed upon maintaining the correct chemical concentration in the dip tanks, an improved system of record-keeping was devised and put to use, and much-needed repairs to the dipping facilities were made. Many farmers began dipping all their cattle regularly, as well as adopting other improved animal-husbandry practices. As a result of these changes, veterinary records show, cattle deaths due to tick-borne diseases decreased substantially once the communication component of the project was functioning.

OF NOTE:

- Educational Field Days were held in the Sotik area, starting in 1970. These Days offered farmers a chance to learn more about animal diseases and animal-husbandry practices.
- To illustrate the idea that understrength solution will not kill ticks, project workers conducted a simple demonstration using only a test tube, colored liquid, and toy cows.
- The written records kept as part of this project show which farmers have dipped their cattle in a given week and how many of his cattle each dipped. Such records, along with calendars, have helped illiterate farmers in particular. They both show the importance of precise timing to effective planning.
- Language problems and production difficulties have limited the effectiveness of 16mm film in this project.
- The audio-visual aids developed in conjunction with the *Kipsigis Cattle Dip Program* reflect Andreas Fuglesang's finding that black and white photographs with insignificant details blocked out often convey information to illiterates better than do silhouettes, line drawings, or untouched-up photographs.
- Slides are displayed outdoors in plastic folders in the daylight, so projectors and darkened rooms are not essential to the program.
- Secondary-school students in Kipsigis listen to the tapes and look at the photoessays made for the Manaret farmers. This way, the two age and social groups keep in touch.

REFERENCES:

- "The Potential of Locally Produced Materials and Small Media in Community Development," Bruce E. Lundeen and Alisa K.A. Lundeen, unpublished paper, December 1977.
- "Kipsigis Homesteads," Bruce E. Lundeen and Alisa K.A. Lundeen, unpublished photoessay, undated.
- "Village-Made Educational Materials: Three Experiments That Worked," Bruce and Alisa Lundeen, *Development Communication Report*, Issue 23, Clearinghouse on Development Communication, July 1978.

Clearinghouse on Development Communication
July 1978

(While it is standard procedure at the Clearinghouse to ask persons intimately involved with the projects described in this series to review the draft Profiles, strenuous efforts to obtain such comments before the publication deadline were in this case unsuccessful.)

THE TRAINING COMPONENT OF THE THABA BOSIU RURAL DEVELOPMENT PROJECT Lesotho

TARGET AUDIENCE:	Agricultural agents who market improved seeds and fertilizers in the Thaba Bosiu area
OBJECTIVES:	To provide job-related training and information to Village Distribution Point Agents
MEDIA:	Print, radio, demonstrations, role-playing, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The Government of Lesotho, the World Bank, and U.S. AID
DURATION:	Begun in 1976; ongoing under Ministry of Agriculture auspices
CONTACTS:	Paud Murphy, General Secretary, HEDCO, 11, Ely Place, Dublin 2 Ireland; Ken Tseka, Lesotho Distance Teaching Center, P.O. Box 781, Maseru 100, Lesotho; Lipholo Makhetha, LDTC, P.O. Box 781, Maseru 100, Lesotho

DESCRIPTION:

The *Thaba Bosiu Rural Development Project (TBRDP)* was established by the Lesotho Government with assistance from the World Bank and U.S. AID in 1973. It operates in a 121,000-hectare area containing 17,000 farm households near Thaba Bosiu Mountain (the summit on which the first King, Moshoeshe, held out against the Boers and the Zulus). The objectives of the project are to control erosion and to increase crop production, to encourage integrated farming, and to provide data for use in preparing similar projects in other areas. Project activities have included road-building, conducting agricultural research, creating credit programs to help farmers buy seed and fertilizer, establishing farm-supply stores and an asparagus-canning factory, and circulating timely agricultural information to farmers.

In late 1975, *TBRDP* asked the Lesotho Distance Teaching Center (an organization founded in 1974 to make radio-mediated and correspondence courses and various self-instruction materials available to out-of-school learners and to offer technical services and expertise to other educational organizations in Lesotho) to collaborate in the design and production of materials for training Village Distribution Point Agents (*VDPA*s), the villagers who sell the project's supplies for a 3 percent commission. LDTC subsequently conducted a preliminary survey of the agents' work and proposed a training package to *TBRDP*. After some discussion, the two bodies decided to produce illustrated handbooks in English and Sesotho, posters, newsletters, and radio spots for use in training three types of clients: agents whose present skills are inadequate and who are thus not meeting performance standards, competent agents who would perform better if given the chance to master new skills and knowledge, and new recruits. During a five-day training course in Maseru, these groups received illustrated handbooks (for at-home reading) that contain descriptions of the agents' duties and fine points on record-keeping. The second class of trainees also received over a half-year post-training period six issues of a newsletter for their own use and multiple copies of a single poster to distribute. At the same time, they were exposed to eight 60-second radio spots that were broadcast regularly over Radio Lesotho.

An evaluation in 1976 of the work of the Village Distribution Point Agents revealed that the training had not had the desired impact, ostensibly because the original training proposal had not been carried out fully. Accordingly, evaluators recommended that training materials be further integrated, that the training course make extensive use of role-playing activities designed to duplicate on-the-job problems and encounters, and that the handbook play a greater part in training sessions. An additional change proposed for later courses was the involvement of LDTC staff in planning, setting objectives, and working with the course organizers from *TBRDP*. The main objective of this collaboration would have been to prepare for the eventual withdrawal of LDTC expertise when *TBRDP* staff felt satisfied with both the training package and their own ability to use it. As it happened, LDTC assumed the role of materials producer and *TBRDP* of materials distributor: the goal of integrating these two functions was never realized.

By 1978, the training courses had been phased out, although many *TBRDP* staff members have been recruited by the Ministry of Agriculture to continue some of *TBRDP*'s programs.

RESULTS:

An informal evaluation conducted by staff from the Lesotho Distance Teaching Center in 1976 revealed that about half the agents had read the entire handbook and half had read parts of it. Yet, only 6 of the 15 quizzed were capable of locating specific sections in the handbook and thus of using it effectively as a reference work. The newsletter had a warmer reception, with three-fifths of the respondents reading it word-for-word and keeping it for future reference. The poster, it seems, had not been put up in most offices, in some cases because it had not been received. Of the nine agents asked if they had tuned into the previous week's program-related radio broadcast, six answered yes but were hard-pressed to recall much information from the show. Over all, responses to questions on particular agricultural practices and information were divided, and performance on a test designed to gauge the VDPAs' knowledge of standard forms was poor. Most but not all agents appeared to understand the procedures for extending credit and for receiving consigned goods.

A comparable test was given by LDTC staff to the agents who completed the *TBRDP* training course in January 1977. While only three out of the 16 agents who had taken the test a year before had performed at high levels, 13 of the 16 taking the test in 1977 scored over 80 percent. The difference between these two sets of results is attributed by the curriculum designers to the effect of using mixed media, especially the combination of demonstrations and exercises. Commonly made errors, at the same time, appeared to reflect a lack of arithmetical skills or capabilities that may indicate improper employment-screening practices and not necessarily training failures.

OF NOTE:

- Part of LDTC's role has been to force the various divisions of *TBRDP* to clarify their procedures. Another is to act as a liaison between project administrators and the Village Distribution Point Agents, spelling out the VDPAs' duties and problems as part of an attempt to keep paperwork at a minimum. LDTC accepted these responsibilities reluctantly, questioning whether such matters should be left to an outside agency.
- A continuing problem besetting those in charge of the training course is materials distribution.
- Other than training needs, which in fact are accorded relatively low priority within the *TBRDP*, the Village Point Distribution Agents have other basic needs. They need ways, for example, to deal with the problems associated with taking responsibility for large sums of money, with overseeing rat-control measures, with minimizing thefts from the project stores, and with accounting for equipment and work clothes.
- Shifting responsibility for materials design from the *TBRDP* staff had advantages and disadvantages. The main disadvantage, a lack of commitment by *TBRDP* field staff, can probably best be combatted by keeping the staff thoroughly briefed.
- According to one evaluator, poor coordination among the divisions of *TBRDP* that were responsible for training VDPAs reduced the effectiveness of the course and the support scheme.

REFERENCES:

- "Evaluation of a Training Course for VDPAs of the Thaba Bosiu Rural Development Project," Lesotho Distance Teaching Center, January 1978.
- "Training Village Distribution Point Agents," Lesotho Distance Teaching Center, undated.
- "Evaluation of the *TBRDP*/LDTC Training and Support Program for VDPAs," Lesotho Distance Teaching Center, December 1976.

Clearinghouse on Development Communication
January 1979

MALI LIVESTOCK II PROJECT

Mali

TARGET AUDIENCE:	Malian farmers and herders
OBJECTIVES:	To introduce conservation techniques and range-management practices and to improve breeding and production techniques in order to raise the nutritional and economic status of Malians and generate foreign exchange
MEDIA:	Radio, cassette tapes, audio-visual materials, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Agency for International Development and the Government of the Republic of Mali
DURATION:	Preliminary phase begun in April 1977; ongoing through June 1979; 2nd phase planned for 1979-1981
CONTACTS:	Dr. Allasane Toure, Project Director, Mali Livestock II, Office Malien du Betail et du Viande (OMBEVI), B.P. 534, Bamako, Mali; Benedict Tisa, Box 205, Collingswood, New Jersey 08108, USA; Thurston F. Teele, c/o Chemonics, International Consulting Division, 1120 19th St., N.W., Washington, D.C. 20036

DESCRIPTION:

Negotiations between the U.S. Agency for International Development and the Malian Government on the *Livestock II Project* got under way in drought-ridden Mali in early 1977. More than a relief effort, the project they designed was to provide a basis for self-sustaining agricultural development and to reduce the suffering associated with resettlement schemes. Its specific objectives are to promote the adoption of range-management, livestock production, and agricultural practices that will increase productivity on existing croplands and enable Malians to farm land that is presently uncultivated. Its three fronts reflect three different but mutually reinforcing approaches to problems that the project designers feel are economic, social, and technological: it has (1) a program in the Dilly region that is concerned with developing, testing, and applying new techniques for dealing with dry lands and livestock problems; (2) a program and facilities in Bamako for training extension workers; and (3) in the southernmost region a "new lands" program focused on the development of underutilized lands (a chief feature of which is tset-se fly control). At the moment, the project staff includes twelve long-term specialists and a variety of short-term consultants.

The training component of the *Livestock II Project* may eventually encompass programs for five different kinds of audiences: existing cadres of livestock extension workers, recent college-level graduates of the *Institut Polytechnique Rural* (IPR) in Katibougou, graduates of IPR's middle-level program in Bamako, graduates of the *Ecole des Infirmiers Veterinaires*, and eighth or ninth-graders from non-technical schools. The courses for these groups are designed to prepare enrollees to assume greater responsibilities — the graduates of the *Ecole des Infirmiers Veterinaires*, for example, will become more well-rounded livestock and range-management advisors, and the youngest trainees will become village-level change agents. Some trainers and administrators are to receive initial training in the United States, and refresher courses are to be conducted periodically at the Sortuba project center for others.

The project's communication specialist, whose full-time services will be required for at least two years, assumes a battery of responsibilities. Some of these tasks are ongoing, while others relate to specific stages of the project's development. Open-ended activities include materials production, facility and equipment maintenance, and coordination of the center's business with that undertaken in the field in Dilly. Sequential activities comprise reviewing available production resources, procuring equipment, field-testing materials (charts, tapes, slides, etc.), stockpiling audio-visual aids, and conducting a thorough evaluation of the communication component at the close of the project's second year in 1979. Perhaps most important, the communication specialist will train change agents in communication methods and in the use of A-V materials in extension work.

RESULTS:

Still in its preliminary phase, the project has not been evaluated. The results of pre-project research, however, have revealed many social and economic factors that are sure to determine the eventual success or failure and the duration of the project.

The pre-project analysis of socio-cultural factors (part of which consisted of personal interviews conducted in six villages with different ethnic identities) indicated that the habits and the needs of the villagers range widely. Some villagers are migratory, some are not. Some are dependent solely upon livestock or agriculture for a living, while some live in mixed economies. At the same time, interaction and cooperation among the many ethnic groups appears to be extensive. Investigations of socio-cultural factors (including human and animal disease patterns, nutritional status, range-management techniques, and knowledge of such subjects), though fairly thorough, were impeded by language differences and by researchers' use of some terms unfamiliar to rural Malians.

The chief findings of the consultant who examined the communication component of the project — that new visual media will have to be introduced slowly and via the agricultural extension agents, that project workers can take very little for granted with respect to the villagers' exposure to modern media, that indigenous media and traditional performers should be used, that the literacy rate is low among the target population, and that the credibility of the staff promises to be a problem and a challenge — show that Mali's needs and problems are typical of those of many developing countries.

OF NOTE:

- Most of the people trained as change agents are recruited from the areas in which they will later work, and many are already in government employ in agencies other than OMBEVI.
- Visual aids are not used solely as teaching devices. They are instrumental in data-gathering, eliciting feedback, and winning local support for project activities.
- OMBEVI, FAO, Radio Mali, and *Alphabetization Functional* collaborate in the operation of the *Mali Livestock II Project*.
- With tape-recorders, one consultant suggested in a first-term report, change agents could help establish an oral library, contribute more significantly to evaluation and monitoring activities, and learn at home at self-selected paces.
- A pre-project survey on women's contribution and role in agriculture was conducted to help project planners focus on the needs of rural Malian women.
- Many Malian staff-members have received overseas training in such countries as Cuba, the United States, and Germany. According to one consultant, these Malians have a keener understanding of the "expatriot mentality" than most expatriot staff-members have of local culture.
- Even before the visual aids used in this project were pre-tested, the target audience was surveyed to determine how familiar and receptive it was to photographs and drawings as media. In general, people responded most positively and actively to realistic pictures of familiar activities, objects, and settings.
- Each technical-assistance specialist has a Malian counterpart who will eventually take over his or her job.

REFERENCES:

- "Final Report: Livestock and Ranch Development in the Dilly Area — Media and Communications Aspects," Benedict Tisa, Chemonics, January 1978.
- "Final Report: Livestock and Ranch Development in the Dilly Area — Sociological and Communications Aspects," Walton Johnson, Chemonics, August 1977.
- Assorted unpublished project documents, unsigned and undated.

Clearinghouse on Development Communication
April 1978

PLAN PUEBLA

Mexico

TARGET AUDIENCE:	Originally, <i>campesinos</i> in Mexico's Puebla Valley (approximately 100 participants in 1968 and over 8,000 out of a total population of 50,000 in 1976); now, <i>campesinos</i> in 11 Mexican micro-regions
OBJECTIVES:	To establish an eight-component agricultural program for stepping up corn production and to support that program with an agricultural information system
MEDIA:	Print, film, audio-visual aids, demonstrations, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The Rockefeller Foundation working through the International Maize and Wheat Improvement Center (1967-73); Graduate College of Agriculture at Chapingo; the state government of Puebla; and Mexico's Ministry of Agriculture (sole supporter since 1973)
DURATION:	Begun in 1967; expanded in 1978; ongoing
CONTACTS:	Heliodoro Diaz Cisneros, General Secretary, Colegio de Postgraduados, Chapingo, Mexico

DESCRIPTION:

Plan Puebla was started in Mexico in 1967 with funds channeled through the International Maize and Wheat Improvement Center (CIMMYT) by the Rockefeller Foundation. A comprehensive attempt to help *campesinos* with tiny landholdings to increase their productivity, the program was designed to spread word of improved agricultural practices, chemicals, seeds, and technologies and to make sure that these ingredients could be obtained and used. More specifically, the research, informational, evaluative, and administrative components of the project together serve eight practical goals: (1) to introduce higher-yielding varieties of corn, (2) to develop and disseminate information on improved agricultural practices; (3) to open and maintain communication channels between *campesinos* and change agents; (4) to get adequate and timely supplies of agricultural inputs to easily accessible distribution points; (5) to make crop insurance available to *campesinos*; (6) to help bring the costs of agricultural inputs into line with the prices fetched by crops in local markets; (7) to stabilize the market price of corn; and (8) to insure *campesinos* access to low-interest credit. Naturally, an all-fronts program of this magnitude requires the close cooperation of research scientists, agronomists, educators, mass media specialists, anthropologists, administrators, government officials, and bankers — all of whom have been involved in both project planning and implementation.

The communication and evaluation components overlap in *Plan Puebla*. The same channels through which practical information drawn from agronomic research is coursed to farmers are also used to send feedback on project development and innovations-adoption back to researchers and administrators. The resulting process, more circular than two-way, is nonstop and participatory. Its manifold objectives are to increase farmers' awareness of their agricultural options, to enable *campesinos* to adjust their economic expectations upward, and to encourage the adoption of tools, seeds, and techniques needed to realize those expectations. A further critical communication objective is to supply agricultural researchers with psycho-social data (thus enabling them to tailor their recommendations to the prevailing culture, as well as to soil conditions and climate) and with access to the accumulated wisdom acquired by the *campesinos* through trial and error.

The mass media used in *Plan Puebla* include posters, handbills, other audio-visual aids, recordings broadcast in the villages from a sound truck, drama, and radio. During the project's third year, three films — "Do You Want to Increase Your Corn Crop?" and "Agricultural Credit" and "The Savings Account" — were also produced. The actors in all the films are *campesinos*, as are many of the speakers in the radio programs broadcast weekly during the growing season.

Two recent developments in the *Plan Puebla* include the completion of a training center for field-workers in 1976, and the expansion of the program to 11 micro-regions of Mexico in 1975. In addition, projects modeled upon *Plan Puebla* have been initiated in Peru (1971), Colombia (1971), and Honduras (1972).

RESULTS:

While the effectiveness of the communication component of *Plan Puebla* could be measured in terms of farmers' increases in awareness of new agricultural techniques and technologies, the best indicators of the project's success are corn yields, income gains, and improved living conditions. To wit, corn yields per hectare increased 33 percent during the first five years of the project, gross family income increased significantly (from U.S. \$666 in 1967 to U.S. \$825 in 1970, adjusted for inflation), the percentage of families who supplemented the local diet by eating fish once or twice a week tripled between 1967 and 1971, and nearly a third of the *campesinos* in the project area upgraded their homes during the first four years of the project. In addition, the project appears to have dealt the regional unemployment and underemployment problem a sound blow: by recommending labor-intensive instead of capital-intensive practices, *Plan Puebla's* technical-assistance workers helped increase the number of days of labor required per hectare in the area from 40.6 in 1968 to 52.7 in 1973.

Non-economic indicators of the project's impact include positive changes in attitude among farmers who have traditionally been fatalistic and suspicious, support among farmers for group activities (including risk-sharing and long-range planning), a dramatic reduction in the number of *campesinos* who default on farm loans, and a steady increase in the rate of participation in project activities.

OF NOTE:

- Without exception, *campesinos* who have themselves adopted the practices being recommended in *Plan Puebla* become the central actors in the demonstrations.
- The benchmark study conducted in 1968 revealed that the inhabitants of the proposed project site were extremely distrustful of outsiders, ostensibly because part of the lingering legacy of Spanish colonization is a feeling of racial inferiority on the part of the Indians.
- Dependence on formal leaders (elected officials and other prominent citizens) gradually dwindled in this project as informal leaders (people whose interest in the project itself set them apart from others) emerged.
- Technicians who perform their work well for two or three years are offered university fellowships in Master's Degree programs in Chapingo.
- The research branch of *Plan Puebla* has made methodological advances that are proving useful to scientists at work at the National Institute of Agronomic Research in Mexico City.
- Farmers often spontaneously demonstrate pig-castrating, tree-pruning, and other useful skills in the course of a planned demonstration on another topic.
- A *campesino* drama troupe has developed a skit depicting the plight of the *campesino* at the mercy of the bloodsucking middleman. Although its impact has not been evaluated, the play has enjoyed a long run.
- Institutional problems have kept the majority of the *campesinos* in Puebla from participating in the credit scheme developed as part of the project.

REFERENCES:

- "Plan Puebla: Ten Years of Experience in Promoting Agricultural Development Among Subsistence Farmers of Mexico," Heliodoro Diaz Cisneros, *Non-Formal Education and the Rural Poor*, Michigan State University, 1976.
- An Institutional Analysis of a Rural Development Project: The Case of the Puebla Project in Mexico*, Ph.D. thesis, University of Wisconsin, 1974.
- "The Puebla Project in Mexico," Heliodoro Diaz Cisneros, Leobardo Jiménez Sánchez, and Reggie J. Laird, paper presented at the Integrated Communication Conference, Cali, Colombia, 1974.
- "Analysis of Communication in the Puebla Project," Delbert T. Myren, paper presented at the Integrated Communication Conference, Cali, Colombia, 1974.

Clearinghouse on Development Communication
October 1978

RADIO HUAYACACOTLA

Mexico

TARGET AUDIENCE:	<i>Campesinos</i> and other inhabitants of a 177,000-square-kilometer region in eastern Mexico (roughly 11 million people)
OBJECTIVES:	To stimulate self-reliance, self-expression, cultural integration, and agricultural productivity
MEDIA:	Radio, print, tape recorders, audio-visuals, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Sistema Educativo Radiofónico (through 1973); Fomento Cultural y Educativo (since 1975); U.N. Food and Agriculture Organization; Ashraf Pahlavi Foundation International (Paris)
DURATION:	Begun in 1965; ongoing
CONTACTS:	Information Officer, FFHC/AD, U.N. Food and Agriculture Organization, 00100 Rome, Italy; R. Etemad, Ashraf Pahlavi Foundation International, 41, rue Dauphine, 75006 Paris, France

DESCRIPTION:

Radio Huayacacotla, in operation since 1965, represents an attempt to use "two-way" radio as a stimulus to self-development. Unlike standard listening forums, the project enlists the active participation and cultivates the continuous feedback of the audience, most of which is engaged in agriculture and nearly a third of which is composed of illiterates. Long-term project goals are both practical and idealistic: encouraging self-reliance and self-expression; fostering the social integration of the disenfranchised by making them aware of the economic and social barriers they must work against; providing practical information related to social problems and income-generating activities; promoting activities aimed at raising living standards; and providing recreational opportunities and entertainment. Begun under the auspices of *Sistema Educativo Radiofónico*, the project was taken over in 1975 by *Fomento Cultural y Educativo*, an organization dedicated to improving the lot of marginal socioeconomic groups.

The three components of the *Radio Huayacacotla* project are the radio station itself, the work team (a coordinator, an agriculturist, a communications officer, three field workers, and two radio operators), and an advisor affiliated with the Education Research Center in Mexico. The project's radio programs, broadcast from 4 p.m. to 8 p.m. daily, include news, agricultural education segments, entertainment, and useful information on a variety of subjects. The social problems addressed in programs are selected and developed with the audience's help: listeners write to express needs, complaints, or curiosity. Topics explored in such problem-oriented broadcasts include men's respect for women, the social implications of illiteracy, and the roots of alcoholism. The agricultural programs are keyed to local conditions — no easy task since the broadcast sphere encompasses a variety of climatic and soil conditions. They are also linked to timely demonstrations performed by agronomists on small experimental plots located in *Huayacacotla*.

Three pilot schemes related to the agricultural broadcasts were recently established in a preliminary attempt to increase the project area and the effectiveness of agricultural education. Primarily information campaigns, the pilot projects are aimed at helping *campesinos* boost crop yields by adopting new techniques. The schemes are designed to promote fruit and vegetable production in particular and entail efforts to form farmers' cooperatives to expedite dried-fruit production and marketing.

RESULTS:

Available information makes no mention of either baseline surveys or formative evaluation conducted in conjunction with *Radio Huayacacotla*. Project documents, however, do contain testimonies to voluminous mail received from listeners, to an extraordinary vitality and political consciousness among project participants, and to the replicability of the project elsewhere in Mexico. In addition, the project program was broadened in 1975 primarily because the positive impact of the first decade of operation was deemed significant.

OF NOTE:

- Broadcasters and other workers associated with *Radio Huayacacotla* conduct their own informal studies of local social and economic problems to make sure that they do not lose sight of the plight and perspectives of the listening audience. They also live in the area they serve.
- All members of the work team are Mexican nationals.
- The geography of the broadcast zone includes highlands, forests, plateaus, mountains, and coastal regions. Each of the three pilot agricultural projects is situated in a different climate and at a different altitude.
- The zone covered by the project includes 25 percent of Mexico's towns. About one-eighth of the zone's population is made up of indigenous peoples, nearly all of which speak Spanish as well as their own Indian language.
- Crops grown in the project area include maize, beans, chili, barley, wheat, alfalfa, lettuce, carrots, potatoes, timber, coffee, tobacco, sugar cane, and fruit. Agricultural development in the area has been hampered by chronic shortages of insecticide and fertilizer.
- Agricultural inputs donated by aid agencies and foundations include a fruit dehydrator, seeds, fertilizers, pumps, and insecticides.

REFERENCES:

Unpublished project document, Ashraf Pahlavi Foundation International, Paris, cover letter dated January 1979.

"A Rural Radio Programme for Mexico," Beatriz Bracco, *Ideas and Action*, FAO, No. 199, 1977.

Clearinghouse on Development Communication
April 1979

(While it is standard procedure at the Clearinghouse to ask persons intimately involved with the projects described in this series to review the draft Profiles, strenuous efforts to obtain such comments before the publication deadline were in this case unsuccessful.)

MASAGANA 99

Philippines

TARGET AUDIENCE:	Rice producers in 59 Filipino provinces (approximately 900,000 farmers, according to official estimates)
OBJECTIVES:	To increase rice yields by supplying farmers with credit, loans, agricultural inputs, and timely information on agricultural concepts and practices
MEDIA:	Radio, comics, booklets, flyers, bulletins, vernacular magazines, newspapers, posters, TV, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Ministry of Agriculture; The National Food and Agriculture Council of the Philippines (an organization composed of 21 Filipino government agencies and banks) Association of Philippine Broadcasters, the U.S. Agency for International Development; and the International Rice Research Institute
DURATION:	Pilot project and research conducted from 1971 to 1973; implementation phase begun in 1973; ongoing
CONTACTS:	Dr. Arturo Tanco, Secretary of Agriculture, Quezon City, Philippines; Domingo F. Panganiban, Director, National Food and Agriculture Council, Quezon City, Philippines; Dr. Emil Q. Javier, Chancellor, University of the Philippines, U.P. at Los Baños, College, Laguna, Philippines; Kenneth F. Smith, OHP USAID Korea, c/o U.S. Embassy, Seoul, APO S.F., CA 96301, USA

DESCRIPTION:

President Ferdinand Marcos launched Masagana 99 in May of 1973 in a nationally televised ceremony. Calling the project "a program of survival" in the wake of regional flooding in 1972 and of a national drought in 1972/3, Marcos rallied the nation to cooperate in a rice-growing scheme billed as a remedy to a production slump that threatened to deplete the Philippines' foreign exchange and work other economic injuries. The note of urgency reflected the fact that the rice shortage that year had been estimated at 700,000 tons. In terms of the number of farmers involved, the degree of government and private-sector collaboration, geographic sweep, the use of the mass media, reliance upon trained extension agents, the spread of new rice-farming technologies, and gains in rice-yields, the project Marcos announced was the largest and most comprehensive in the nation's history.

Masagana 99 has 11 elements. They include (1) a research-based technology package, (2) a scheme for the production and distribution of seeds, (3) a fertilizer allocation and distribution system, (4) a campaign aimed at controlling pests and plant diseases, (5) a credit scheme, (6) a program for distributing irrigation pumps and otherwise improving irrigation systems, (7) a program for increasing the number and reach of mobile agricultural extension agents, (8) a mass media campaign created to spread information and to educate the public on agricultural concepts and practices, and (9) a system of price supports coupled with procurement and grain-storage programs. The remaining two elements, administrative and cross-sectoral, are a focus on carefully defined target areas and a management unit charged with planning, implementing, and monitoring the overall program.

Radio functions as the mainstay of the mass media component of Masagana 99. Its heavy use reflects research findings that radio reaches up to 85 percent of the population and that three out of every four Filipino farmers own a transistor radio. Over 224 radio stations broadcast advice, jingles, and skits on agriculture ten times per broadcast day, while 125 radio stations carry over 50 local agricultural programs. Principal back-up media include instructional comics, booklets and bulletins in the eight major dialects of the country, newspapers (which voluntarily devote ample news space to the project), and instructional promotional posters. TV's role has been limited, consisting primarily of coverage of the project's opening ceremony and of occasional field activities.

The agricultural broadcasters involved in this project serve as more than disc jockeys. They act as information officers in the Provincial Action Committees (the project's basic administrative units), answer queries from listeners, tape interviews with both information suppliers and information users, conduct research related to the broadcasts, and attend community activities related to food production. In addition, they keep daily broadcasting logs, meet weekly with the provincial broadcasting authorities to plan and review programming, and stay abreast of the informational and educational activities of all agricultural and rural development agencies.

In 1977, Masagana 99's emphases on realizing higher yields and including increasing numbers of farm families were intensified. Since then, the project has been known as Masagana 99 + 10.

RESULTS:

Despite transportation problems, inclement weather, distribution tie-ups, and pest infestations, rice yields in the Masagana 99 area increased dramatically — 28 percent from 1973 to 1974, an additional 1 percent in 1975, and another 10 percent in 1976. In 1974/5, for example, yields averaged 3.3 tons per hectare in the project area and .77 tons in the areas not covered by the project. Predictably, initial production leaps of the magnitude realized in the project area boosted farmers' gross incomes radically. For example, at the end of the program's first year, one study shows, farmers in three participating provinces (in which individual landholdings averaged slightly over two hectares) enjoyed income gains of 118 percent. Since 1976, the total harvested crop has steadily gone up, and in late 1977 the Philippines exported 25,000 metric tons to Malaysia and Vietnam. Total rice exports, including 1977's and 1978's, are expected to total 149,000 metric tons. The repayment problem, which has plagued the program, has grown less severe, but the number of farmers participating has dropped to 249,000, and inflation and cost increases of agricultural inputs have wiped out some of the gains made by the majority of participants.

The impact of the media and messages used in Masagana 99 has not been evaluated apart from overall impact of the project on production totals and income gains.

OF NOTE:

- The word *masagana* means bountiful harvest and the 99 of the project title refers to the target yield of 99 cavans (1 cavan equalled 44 kilos at the outset of the program but has since been adjusted to equal 50 kilos).
- The basic research related to this project was conducted by the International Rice Research Institute, the University of the Philippines at Los Baños, and the Philippines Bureau of Plant Industry. The pilot phase was implemented by the National Food and Agriculture Council of the Department of Agriculture and Natural Resources, whose efforts were supported by the Bureau of Agricultural Extension, IRRI, BPI, and the U.S. Agency for International Development.
- The Management Information System developed in conjunction with Masagana 99 was designed to help project managers overcome numerous administrative problems that typically beset agricultural projects: weaknesses in links between information sources and decision-makers, difficulties associated with distinguishing causal factors of production from incidental factors, and problems bearing on the coherence and reliability of information culled from many sources. The MIS adopted includes baseline data, standard indicators on data, "on line" data from the field, regular sample surveys, set procedures for analyzing data, feedback and evaluation, carefully spelled out operating assumptions, and other analytical tools for decision-making.
- The field staff reports to a Provincial Program Officer, who summarizes its comments and relays them first by radio and then by mail to the Management Committee Staff.
- Purchases of consumer goods such as cook stoves, refrigerators, and motorcycles by farm families involved in Masagana 99 have increased so dramatically in some areas that the new variety of rice is sometimes called *Honda Rice*.

REFERENCES:

- "Masagana 99: An Integrated Production Drive in the Philippines," J.D. Drilon, Jr., paper presented at the Seminar on Accelerating Agricultural Development and Rural Prosperity, University of Reading, September 1976.
- "An Agricultural Management Information System: Lessons from Masagana 99," Kenneth F. Smith, PASITAM Design Notes, No. 7, May 1976.
- "A Communication Behavior Study of Small Rice Farmers: Diffusion and Feedback in the Masagana 99 Production Program in the Philippines," Hernando V. Gonzalez II, unpublished M.A. thesis, University of Hawaii, December 1977.
- "Masagana 99: A Renaissance in Agricultural Communication," Vicente C. de Jesus, paper presented to the 3rd Research-Media Workshop of the Philippine Council for Agricultural Research, Davao City, August 1975.
- "Masagana 99 Program: Farmers', Technicians', and Credit Agencies' Viewpoints," Eusebio P. Mariano, paper presented to the First Agricultural Policy Conference for Policy and Development Studies, U.P. at Los Baños, April 1975.

Clearinghouse on Development Communication
October 1978

RADIO EDUCATIVE/PILOT PROJECT IN COMMUNICATION MEDIA IN ADULT EDUCATION Senegal

TARGET AUDIENCE:	Senegalese farmers, livestock producers, fishermen, and others (roughly two million people)
OBJECTIVES:	To provide food producers with practical information and with the opportunity to express their opinions systematically and effectively; to provide technical training
MEDIA:	Radio, correspondence, interpersonal communication, audiovisual, and T.V. broadcast.
DONORS/SPONSORS:	The Senegalese Government (sole supporter since 1973) and UNESCO (until 1973), with technical assistance in the preliminary stages from the governments of Canada and France
DURATION:	Initiated in 1968; ongoing
CONTACTS:	Boubacar Sock, EARO UNICEF, P.O. Box 44, 114 Nairobi, Kenya; Henry R. Cassirer, Les Moulins, 74290 Menthon-St. Bernard, France; and Radio Educative, Office de Radio/Télévision du Sénégal (ORTS), B.P. 1765, Dakar, Senegal

DESCRIPTION:

Senegal was the only African nation to take UNESCO up on the offer made in the early 1960s to establish "a pilot center for the production and testing of audio-visual materials and equipment for adult education" in Africa. The project that subsequently emerged had two dimensions: *Radio Educative Rurale* (now called simply *Radio Educative*) and a five-year television component (which ended in 1969). The TV broadcasts, 121 programs in all, were directed to 250 women in Dakar and remained strictly experimental. The radio broadcasts, in contrast, were originally intended for a potential audience of 800,000 (the farm population in the three *Wolof*-speaking administrative regions reached by the pilot broadcasts) and later became nationwide. The primary aims of the project were: to test the use of modern media in the context of adult education in Africa, to create a demonstration center of possible use to other developing countries, to train local people to become technicians and producers, and to help restore to ordinary people the sense of personal power eroded during decades of colonial rule.

The complexity of its mandate and numerous administrative bottlenecks within the Senegalese bureaucracy together kept the radio component from getting into full swing until 1968, when President Senghor himself intervened. Calling for government reorganization and cooperation, Senghor provided the missing ingredient: committed leadership. Under his guidance, *Radio Educative* became an information duct, a change agent, and a government watchdog.

Under the project design finally implemented, 57 radio listening groups were established in the pilot provinces of Thies and Diourbel in the Sine Saloum. Programming was to focus on topics of local and pressing concern — namely, the production and marketing of groundnuts, the responsiveness of government agencies to the peasant farmers' needs, the ways in which debts are incurred and repaid in the villages, and other critical social and health problems. The groups were led by regional staff members of the department of "Animation Rurale" (which has since merged with other government departments) or by animators recruited as volunteers in the village, each of whom took a three-day training course in group dynamics. The third element of this communication system, farmer feedback, took the forms of recordings made in the field and letters. Members of listening groups dictated letters, with the handful of literate members doing double duty as scribes, to the higher-ups in government and to the President himself. In these letters, the peasants aired their complaints, exposed what they believed to be cases of government ineptitude, and took the government to task for standing behind unfair or short-sighted policies — all of this they did without fear of censure and with the intention of making themselves heard.

RESULTS:

The most meaningful indicator of *Radio Educative's* initial impact is probably its effect on national policy. As a direct outcome of the "radio dialogue" begun in 1968, a flood of letters poured into government offices, a flood that eventually moved President Senghor to standardize the price given to groundnut producers (to the great advantage of the producers in remote areas, who were once discriminated against in the marketplace) and to annul in 1970 peasant debts contracted in the purchase of seeds, agricultural equipment, and supplies.

A second indicator of *Radio Educative's* worth is its expansion and its continuation. *Radio Educative* has operated without any foreign assistance since 1973. While some observers feel that the growth in the number of people participating in listening groups has not kept pace with the growth in the number of individual listeners and that the potential of the broadcasts to promote community participation is thus not being realized, overall response has by all estimates remained excellent. More than 500 villages have sent in thousands of letters, and the "malaise paysan" is showing some signs of crumbling in the face of incentives for action and participation.

Over time the listening audience has dispersed, with group listening giving way to individual listening. Reasons for this shift include the disappearance of *Animation Rurale* activity, *Radio Educative's* lack of personnel and transport, and the boom in cheap transistor radios. This tendency has not reduced the project's impact or emphasis on feedback, however.

OF NOTE:

- Since anyone who understands *Wolof* can profitably listen to *Radio Educative's* broadcasts, the actual audience has always exceeded the target audience. In addition, programs in *Peul*, *Malinke*, and other languages are now being prepared.
- About 70 percent of *Radio Educative's* programs are recorded outside the studio.
- Broadcasting in *Wolof*, which many Senegalese peasants speak, presented special problems to the less than astute moderator of a listening group since *Wolof* has a special feature: a code for transmitting messages intended only for the ears of the initiated.
- Three *Wolof* concepts used to interpret the peasants' statements are "TAWAT" (complaining), "DIGUAT" (disputing), and "THIOW" (making a fuss about a problem).
- Some government employees have complained about *Radio Educative*, claiming that peasants have no need to write the authorities when the authorities' representatives are on hand to hear them out or that it is disrespectful and counterproductive to challenge the existing administrative hierarchy.
- At a pan-African communication conference in Dakar in 1977, Senegal's President Senghor said that "educational radio should above all help peasants to cultivate the most authentic African values — courtesy, a liking for work, and a sense of solidarity — at the same time that it instills in them the sense of thrift, organization and method, qualities more properly European."
- In the early years of the project, some Senegalese viewed it as a UNESCO communication laboratory, while UNESCO employees tended to view the project as a joint venture of mutual benefit to both UNESCO researchers and the Senegalese people.

REFERENCES:

- "Radio in an African Country: A Description of Senegal's Pilot Project," Henry R. Cassirer, in *Radio for Education & Development: Case Studies*, Vol. II, World Bank Staff Working Paper No. 266, May 1977.
- Communication & Rural Development*, Juan E. Diaz Bordenave, UNESCO, Paris, 1977.
- "Senegalese Experience in Using Radio Broadcasting for Animating and Educating Basic Communities with a View to Development," Boubacar Sock, a presentation at IEC's Conference on Distance Learning, Dartington, England, September 1977.

Clearinghouse on Development Communication
April 1978

THE RADIO FARM FORUM PILOT PROJECT Thailand

TARGET AUDIENCE:	Thai farmers and the agricultural extension service
OBJECTIVE:	To test the effectiveness of the radio forum concept in increasing two-way communication between farmers and Thai agricultural extension agents
MEDIA:	Radio and publications, reinforced by interpersonal communications
DONORS/SPONSORS:	The Department of Agricultural Extension (DOAE) of the Ministry of Agriculture and Cooperatives of the Royal Thai Government, and the UNDP/Development Support Communication Service
DURATION:	Conceived in 1968; first executed in 1975; currently being expanded to cover five provinces in 1977 and 15 provinces in 1978
CONTACT:	Mr. Udom Chusuvan, Chief of Agricultural Radio Broadcasting Subdivision, Department of Agricultural Extension, 2143/1 Phaholyothin Road, Khet Bangkok, Bangkok 9, Thailand

DESCRIPTION:

Although the *Radio Farm Forum Project* was conceived in 1968, implementation of the project was delayed several years while the DOAE was reorganized. In 1975, a pilot project was conducted to test the applicability of the radio forum concept to Thailand's farming region. After the study area was systematically selected, listening groups were formed with the cooperation of the village headmen. This was followed by peer-selection of four Radio Farm Forum leaders in each of the eight village groups in the project. Finally, training programs for the local forum leaders were activated.

When the parts of the project were in place, weekly radio programs were broadcast. After each half-hour program, village listening groups discussed the content of the program and of supplementary printed materials prepared by DOAE. They were encouraged to comment on both the programs and the literature and to find local practical applications for the ideas and practices both mentioned. Problems that could not be worked out among the village listening groups were referred via the weekly reports prepared by the RFF leaders to the extension officer of the DOAE and to other people or organizations able to offer assistance.

Responses to the listening groups took three basic forms. Radio broadcasts and publications were used to answer some questions, while DOAE field staff and other specialists visited the villages to solve other problems. A third type of contact involved whole groups in trips to seed stores, to university research stations or to demonstration plots, and in both short seminars and film-showing sessions.

RESULTS:

The *Radio Farm Forum Project* increased the flow of information between farmers and extension agents in both directions. The extension agents saw the value of making regular and frequent contacts with farmers and enjoyed the sense of continuity the program gave them. For their part, farmers tended to rely increasingly upon the agents once they came to feel that the agents were dealing with their problems and needs on a timely basis. Moreover, because the messages dealt with specific problems, the farmers tended to remember them. Accordingly, the agents came to take more and more satisfaction in their work. In short, a felicitous self-reinforcing dynamic evolved.

More generally, the project succeeded in organizing interest groups to solve shared problems and in demonstrating the effectiveness of reinforcing consistent messages through various communication channels. It showed the agents that the program was feasible and the farmers that it was desirable. Indeed, farmers from areas adjacent to the radio project inquired about and requested similar programs.

OF NOTE:

- The *Radio Farm Forum Project* successfully combined with an FAO-sponsored project to improve irrigated agriculture in northeastern Thailand. In seeking the joint cooperation of various government departments (the Ministry of Commerce, the Rice Bureau, etc.) and of various international agencies, the project may also have opened up or strengthened intra-governmental and inter-governmental communications lines.
- Farm forums in many cases became forums for other local problems.
- Village headmen were enlisted to help lend legitimacy to the project, and students from the local university and agricultural college helped conduct the field surveys.
- The success of the *Radio Farm Forum Project* prompted the Thai Government to consider integrating the radio forum approach into other activities. The project itself also led to the government's self-appraisal of its capacity to evaluate such efforts.

REFERENCES:

- "Summary Report on the Radio Farm Forum Pilot Project," (RB # 336), Supalak Purnasiri and Robert S. Griffin, UNDP/DSCS, Bangkok, Thailand, November 1976.

Clearinghouse on Development Communication
June 1977



ETV SAMOA American Samoa

TARGET AUDIENCE:	Samoan children of school age
OBJECTIVES:	To upgrade teaching, to make the curriculum used in Samoan schools more relevant and useful, and to foster the use of English to promote bilingualism
MEDIA:	Television and print, reinforced by interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The American Samoan Department of Education with funds appropriated by the U.S. Congress
DURATION:	Proposed in 1961; in operation as of 1964; ongoing
CONTACT:	Mrs. Mere Betham, Director, Department of Education, Government of American Samoa, Pago Pago, American Samoa 96799; James Fellows, President, National Association of Educational Broadcasters, 1346 Connecticut Ave., N.W., Washington, D.C. 20036, U.S.A.

DESCRIPTION:

H. Rex Lee, governor of American Samoa from 1961 through 1967, commissioned the National Association of Educational Broadcasters (NAEB) to prepare a plan for a new Samoan school system in 1961. The blueprint for that system called for the construction of 24 new campuses, the consolidation of the island's one-room village schools, and the erection and operation of a VHF television studio and production center. Lee accepted the plan enthusiastically because its impact would be immediate, it did not call for the displacement of the classroom teacher, it was cheaper to implement than plans calling for maintaining foreign faculties, and it remained true to Samoan egalitarian ideals.

English language instruction formed the core of the Samoan project at its inception. Curricula were developed by working committees who reported to a council composed of the director of education and his staff, the principals and vice-principals of the local schools, and the supervisors. Lessons were prepared in the production center by Americans assisted by Samoans-in-training. These lessons were distributed weekly and were keyed to daily televised presentations (lectures, demonstrations, and film clips designed to produce active student participation) delivered by "core teachers." Follow-up activities were then conducted by classroom teachers using instructions distributed with the lessons. Four kinds of feedback mechanisms were employed: classroom teachers periodically forwarded student papers to the TV teachers; the TV teachers visited the classrooms from time to time; both classroom teachers and school principals submitted regular feedback forms to the central office; and principals also communicated immediate problems via two-way radio.

By 1965 an average of 170 school telecasts representing 53.5 hours of air time and an estimated 180 hours of studio time were being produced each week. At the same time, more than 60 hours of pre-recorded lessons, primarily language drills, were re-broadcast weekly. By 1966 an evaluation had become part of the new program and both the curriculum and classes had been reorganized into four levels that corresponded roughly to grades one and two, three and four, five and six, and seven and eight. By 1970 about 10,000 students in grades 1-12 were attending public schools in American Samoa. Elementary school students were receiving televised lessons in science, art, physical education, mathematics, and language skills. In addition, students in grades 9-12 used ETV in conjunction with classes in home economics, shop, and business.

RESULTS:

While no baseline data were gathered, achievement tests devised on the mainland and administered periodically show that the ETV system has met some of the goals it was designed to further. Students who graduated in 1976 scored on average at the mid-ninth grade level in English comprehension, while 1975-graduates of the system tested at the mid-eighth grade level. (In 1961, Samoan graduates scored at fifth-grade levels on comparable American-made tests.) However, those in the ninth-grade in 1976 scored lower (a difference of a year in terms of grade levels) than ninth graders had in 1975.

In recent years, the use of ETV in the classroom has been optional, and many teachers use it only sparingly. Samoan has become the language of instruction and the ideal of bilingual education has given way to the reality that English will probably remain a widely used second language. While the ETV station is still supported by the Department of Education, its production staff (which once consisted of 30 members) now numbers four, the number of broadcast channels has been reduced from six to three, and little new material is being produced. The station's first-rate equipment is still in excellent condition, but it is not utilized at full capacity. While no hard data exist on the cut-back in services and emphasis, observers cite political factors (chiefly the priorities and lengths of stay of the governors), budgetary constraints, climatic and logistical problems, and the passive resistance of Samoans to "Americanization" as major determinants of ETV's past and future impact in Samoa.

OF NOTE:

- The first high school students to participate in the ETV classes had been led by U.S. teachers who were losing their Samoan jobs to think ill of the use of television in the classroom.
- The ETV channels were also used to broadcast agricultural information in conjunction with Samoa's extension service.
- The use of the terms "receiving teacher" and "follow-on teacher" in ETV's first years alienated some classroom teachers, who felt that the labels conferred second-class status upon them.
- The National Association of Educational Broadcasters declined to renew its management contract with the Government of American Samoa in mid-1969 after a series of appropriation abuses involving Department of Education funds crushed the ETV staff's morale.
- Although "Dick and Jane" texts were scrapped in favor of those whose stars were Sua and Tuna, critics claim that classroom materials still retain an American flavor of dubious worth.

REFERENCES:

- "Education in American Samoa — The Way It Was; The Way It Is," David Gillmore, *Public Telecommunications Review*, Vol. 5, No. 2, March/April, 1977.
- "The Samoan ETV Project: Some Cross-cultural Implications of Educational Television," Part I, Lynne and Grant Masland, *Educational Broadcasting*, March/April, 1975 (reprinted in *Educational Television: A Policy Critique and Guide for Developing Countries*, Praeger, New York, 1976).
- "Educational Television in American Samoa," Wilbur Schramm et al., *New Educational Media in Action: Case Studies for Planners*, Vol. 1, UNESCO International Institute for Educational Planning, 1967.

Clearinghouse on Development Communication
October 1977

BRAC'S SULLA FUNCTIONAL EDUCATION PROJECT

Bangladesh

TARGET AUDIENCE:	Nonliterate adult villagers in Bangladesh's Sulla district
OBJECTIVE:	To combine literacy training with education in practical work-related subjects and with social consciousness-raising
MEDIA:	Print, posters, charts, dramatization, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Bangladesh Rural Advancement Committee (BRAC), with support from OXFAM (Canada), OXFAM (America) and technical assistance from World Education
DURATION:	Implemented in May 1974; restructured in January 1976; ongoing
CONTACTS:	Md. Shahid Hossain Talukder, Chief Trainer, Bangladesh Rural Advancement Committee, 66, Mohakhali C.A., Dacca 12, Bangladesh; World Education, 251 Park Avenue South, New York, New York 10010, U.S.A.; Leon Clark, Population Reference Bureau, 1337 Connecticut Ave., N.W., Washington, D.C. 20036, U.S.A.

DESCRIPTION:

BRAC's *Sulla Project*, a pilot project in functional education, was designed to engage students and teachers as equals in an effort to examine their values and their environment as a first step toward constructive action. Based upon Paulo Freire's assumption that traditional education tends to cripple learners by making them dependent upon experts for answers (and launched after a more conventional adult education program in BRAC's project area had failed), this experiment combines literacy training with both practical education and consciousness-raising. The courses represent its developers' collective experience as part of the community and embrace literacy, numeracy, agriculture, animal husbandry, family planning, nutrition, health and hygiene, pisciculture, the dynamics of exploitation, and the origins of social prejudices.

BRAC organized a Materials Development Unit (consisting of an education and training adviser, an illustrator, three writers, and a typist) in Dacca in May of 1974. At the same time, it enlisted a functional education coordinator and a field statistician to evaluate the project's field activities. A month later a U.S. consultant conducted a 19-village survey to identify the problems, needs, and interests of the target audience. Then two other preparatory activities took place: the training adviser and the functional education coordinator visited functional-education classes in Thailand and India while an education specialist designed courses and teaching methodologies for the project. Classes began in November of 1974 after selected teachers had been trained in brief, intensive sessions. (In all, about 60 training centers have now been established in Sulla.)

Posters depicting everyday problems formed the basis of the discussions that in turn formed the basis of the courses. Each group of 20 to 25 students — who met in village community centers (*Gonokendra*) or homes — broke into smaller groups to discuss the issues depicted on the posters. The small groups then reported their main ideas to the whole body, which continued talking until tentative conclusions were reached or a plan of action was developed. After these 30-to-45 minute discussions, the facilitator introduced the literacy segment of the session, first by pointing to the key word under the poster illustration, then by asking the participants to read aloud a series of phonemes (sounds) derived from the key word. The participants then made their own words by combining various sounds. Worksheets and games were used in follow-up activities.

RESULTS:

The drop-out rate of the first cycle of the *Sulla Project* was 59 percent, while that of the adult education program that preceded it was 95 percent. Moreover, many of the drop-outs completed more than half the course and thus ostensibly acquired some reading and computational skills. Fifty-four percent (591 learners) of all participants in the Second Cycle (June 1975 to January 1976) completed the course; and, again, a high percentage of those who did not finish managed to do more than half the coursework. While the difference between the participation rates of the First Cycle and that of the pre-project effort reflect flood-related problems as well as pedagogical ones, the difference between the drop-out rates of the First and Second Cycles is probably a reflection of the extensive revision of the curricula and teaching methodologies that took place between the two cycles. Migration, rain, and the seasonal demands of agriculture also influenced participation rates, particularly in the First Cycle when the *boro* crop had to be planted.

While BRAC made feedback reports part of the *Sulla Project* from the beginning and later involved the field staff in systematic observation of the classrooms, it recognizes that drop-out rates and classroom evaluation cannot adequately measure the project's success. Accordingly, it conducted a one-year anthropological follow-up study, the results of which have not yet been published.

OF NOTE:

- In the belief that recruiting local personnel was more important than recruiting highly trained people, BRAC relaxed the educational requirements for some teachers.
- Twenty-four of the first 80 lessons developed were tailored to the separate needs and interests of men and women. In the Second Cycle fewer lessons were addressed exclusively to one sex.
- Drawing on its experience with the *Sulla Project*, BRAC has trained representatives from more than a hundred voluntary and government agencies engaged in development work.
- Some of the materials developed for use in *Sulla* missed the mark when used in other parts of Bangladesh. For example, flooding — a fact of life in *Sulla* — worked as a discussion topic there but not in Rajshahi, where floods are not a problem. Other topographical, climatic, social, and occupational differences made revising the curricula necessary.
- By January of 1977, BRAC was producing its self-developed materials — charts, lessons, exercise sheets, games, and teachers' manuals — on a large scale and marketing them to other voluntary and government agencies involved in functional education.

REFERENCES:

- "Report on 'Development of Innovative Methodologies in Functional Education for Bangladesh,'" Bangladesh Rural Advancement Committee, January 1976.
- "Sulla Project: Report on Phase II, November 1, 1972 - December 31, 1975," Bangladesh Rural Advancement Committee, (undated).
- "BRAC Newsletter," Vol. II, Number I, January - February 1977.
- "World Education Reports," Number 13, November 1976.

Clearinghouse on Development Communication
October 1977

ETV MARANHÃO

Brazil

TARGET AUDIENCE:	Disadvantaged students in grades 5 through 8 (approximately 94,000 students in its first nine years of operation)
OBJECTIVES:	To use television classes to provide public-terminal education where it had not previously existed
MEDIA:	TV, print, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Fundação Maranhense de Televisão Educativa, with funds from state and federal education departments
DURATION:	Begun in 1969; ongoing
CONTACTS:	Professor João Vincente de Abreu Neto, Director, Fundação Maranhense de Televisão Educativa, San Luis, Maranhão, Brazil

DESCRIPTION:

The severe lack of public school facilities for students beyond the 4th grade in one of Brazil's poorest states provided the background and impetus in 1969 for a dramatic experiment: television was to present secondary learning materials, trained monitors were to provide the psychological and instructional support for learning, and students were to be grouped into study teams for peer teaching. Educational needs were dire at all levels, but students in grades five through eight were to be given special attention on the assumption that adolescents stand in greatest need of the expanded social and job opportunities extra schooling can provide. Since the aim of this experiment was to give students the practical skills necessary to be useful to the community, science and mathematics were to dominate the curriculum.

The *ETV Maranhão* program emphasizes active over passive learning, peer learning instead of traditional teaching. The students divide themselves into 6 or 7 study groups per class to listen to the four programs (each of which is followed by 30-to-40 minute classroom sessions) broadcast each day. Peer support and tutoring give a strong motivative dynamic to the learning process. Students who need special help are identified by the class monitor, who gives the necessary support.

Monitors meet regularly with supervisors to upgrade teaching techniques, to develop their skills in group dynamics, and to receive help with specific problems.

ETV Maranhão uses its own facilities to produce and transmit programs. Tapes are made daily in the studio. In short supply, these tapes are re-used, which necessitates re-taping classes each year. Constant evaluation and feedback provide input for changes in the TV material.

ETV Maranhão gradually has expanded its activities. It now includes a secondary-school course for out-of-school adults, a literacy program in collaboration with MOBIL, and cultural programming for more advanced students.

Quality of TV reception, both of image and sound, has been a problem, and the failure to exploit fully the visual potential of TV is a drawback. A predictable decline of interest and creativity after the project's first years has also militated against unqualified success, as have the administrative problems associated with lateral expansion of the project.

RESULTS:

ETV Maranhão's aims of providing increased schooling for grades 5 to 8, redressing the lack of teachers for these grades, and providing trained labor for the community have all been realized. The drop-out rate is low (below 10 percent), the year-end exam results are exceptional (over 90 percent passing), and 60 percent of all ETV Maranhão students who take the upper-secondary entrance exam pass it.

The costs of ETV Maranhão were initially high, primarily because equipment purchases have to be figured in start-up costs and because prototypical projects entail higher than average development costs. Utilization costs, as opposed to fixed costs, however, have been extremely low and the economic viability of the system will increase with its increased utilization. Costs per student have averaged slightly less than those associated with available educational alternatives, though none of the alternatives is strictly comparable.

OF NOTE:

- Before 1969, three-fourths of all secondary education was private in Maranhão; only two schools were public.
- The students' study groups evolved into after-school clubs — artistic, scientific, religious, social, and political. Students of the scientific club put on a yearly science fair for the community.
- Students of the scientific club put on a yearly science fair for the community.
- While educators and TV producers prepare the programs jointly, the educators usually have final say.
- One of the most urgent problems facing ETV Maranhão's administrators is a high level of absenteeism among teachers, ostensibly because their salaries (which are set by state authorities and not by the project administrators) are so low.
- Some analysts claim that the project's current expansion will test ETV Maranhão's flexibility — in question since the experiment has so far conformed closely to the model established at the outset.
- ETV Maranhão's two studios are considered under-equipped.
- ETV Maranhão was expressly designed to meet the needs of children who live in slums. Classes are free of charge and located within walking distance of the students' homes so the beneficiaries need not pay transportation costs.

REFERENCES:

- "ETV Maranhão: An Effective Case of Endogenous Growth," João Batista A. e Oliveira, Federal University, Rio de Janeiro, unpublished and undated paper.
- "Informativo Sobre a Fundação Maranhense de Televisão Educativa," government document, São Luis, 1977.
- "Un 'geant' de la television educative," *Direct*, No. 1, 1976.
- "Economic Analysis of Educational Television in Maranhão, Brazil," E. Arena, D. Jamison, J. Oliveira, and F. Orivel, Paris: UNESCO, ED-77/WS/8, 1977. (Also in *Revista del Centro de Estudios Educativos*, VIII, 1978, in Spanish.)

Clearinghouse on Development Communication
January 1979

THE MOBREAL ADULT LITERACY EXPERIMENT

Brazil

TARGET AUDIENCE:	All illiterate Brazilian adults (roughly 18 million people in 1970)
OBJECTIVES:	To provide Brazil's adolescent and adult illiterates with literacy training and post-literacy programs designed to help students increase their incomes, participate more fully in community development, and find or forge the means to improve their living conditions
MEDIA:	Radio, print, posters, mobile A-V units, videotape, tape recorders, television, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Brazil's Ministry of Education and Culture with support from other governmental and private organizations
DURATION:	Created in 1967 to implement Brazil's National Plan of Literacy and Continuing Education of Adolescents and Adults; reorganized in 1970; ongoing
CONTACTS:	Marília Santos da Franca Vellozo, Executive Secretary, MOBREAL, Caixa Postal 56.036, Rio de Janeiro, RJ, Brazil

DESCRIPTION:

The reorganization of Brazil's adult literacy program into the massive *MOBREAL* program was triggered by a statistic that emerged during the 1970 national census — some 18 million Brazilians over the age of 15, one-third of the total adult population, could not read or write. Established by the government as a financially and administratively independent organization in September of 1970, *MOBREAL* represents a comprehensive attempt at promoting the practical literacy skills needed to increase the student's income, self-respect, and community involvement. Specifically, it is aimed at reducing the illiteracy rate from the 1970 level of 33 percent to 10 percent by 1980 (the rate in 1977 was 14.2 percent). The manifestation of a strategy rather than of a doctrine, the nationwide program takes many forms and varies from municipality to municipality. A pyramidal administrative structure and the centralized mass production of teaching materials do, however, provide the program with the motivating force and economic advantages of a national development effort.

MOBREAL consists in part of ongoing projects and in part of short-term experiments in adolescent and adult education. Permanent projects include the Functional Literacy Program, the Integrated Education Program, the Self-Teaching Program, the Cultural Program, the Diversified Community Action Program, the "Sports for All" campaign, and the Technology of Scarcity Project. Experimental programs have addressed a variety of pedagogical and evaluative concerns: how to design stop-gap courses for newly literate people, how to make the most of radio in literacy efforts, how to measure the impact of literacy teachers' private inhibitions on the progress of their students, etc. Of special interest among such experiments are the Radio Project (which was begun in 1972 to offer over radio to tens of thousands of potential literacy teachers training in the rudiments of linguistics, classroom dynamics, student evaluation, and so-called "new" math) and the planned introduction of TV into post-literacy classes in late 1978.

The municipality is *MOBREAL*'s basic administrative unit, and all of Brazil's nearly 4,000 municipalities take part in the program. Each Municipal Committee executes the programs conceptualized at central, regional, and state levels; it also raises some funds, initiates and coordinates social activities related to the literacy classes, and engages the literacy teachers (all of whom work part-time), monitors and local agents charged with organizing community-development activities in conjunction with the literacy program and with enrolling students.

The literacy teachers come from the ranks of primary-school teachers, university students, and other members of the community. About half their number have received only four years of formal education, most are between the ages of 18 and 24, and the annual turnover rate is over 30 percent. These teachers rely on teaching kits that are put together as a noncommercial "seeding" enterprise by book publishers located in the capital. They also have access to the service of mobile libraries-AV vans. Typically, they hold classes for two hours a day, submit monthly attendance sheets, collect pay on the basis of student enrollment, conduct periodic student evaluations and self-evaluations, and participate in social and cultural events connected with the literacy program, community education, and development.

RESULTS:

The trial-and-error evaluations conducted during *MOBRAL's* early years have gradually given way to more systematic and reliable measuring procedures. Originally, only indirect evaluations — those made primarily on the basis of documents — and on-the-spot visits were conducted routinely. Now, the Subsystem of Overall Supervision (established in 1973) carries out two types of evaluation: (1) a vertical type in which one part of the system is judged by another that is better qualified and (2) self-evaluation, which is considered a component of staff development and training. Both types take place along lines laid down in the Overall Supervision Manual published in 1972, and both take place at all project levels.

To gauge the program's success, *MOBRAL's* staff has devised a formula for measuring productivity in light of everyday circumstances. To put into perspective the drop-out problem associated with virtually all adult literacy programs, *MOBRAL* evaluators express total productivity as the ratio between the number of students passed at the end of the five-month program cycle and the total number of "pupils under agreement" (potential participants). *MOBRAL's* short-term drop-out rate has not exceeded 15 percent since the first year of the program. The ultimate drop-out rate decreased remarkably between 1971 and 1976 (22 percent to 2 percent). In 1977 the ultimate drop-out rate rose to 24 percent because some administrative difficulties left municipal bases without support for the development of their activities. From 1971 to 1977, the completion rate oscillated between 63 percent and 40 percent (average: 49 percent). In terms of sheer numbers, 507,567 people participated in *MOBRAL's* Functional Literacy Program in 1970, and 3,893,338 took part in 1977. From 1970 to 1977, almost 30 million people participated in *MOBRAL's* Functional Literacy Program and over 11 million became literate (average productivity: 38 percent).

Among the qualitative effects of the program have been (1) the design and implementation of new programs (cultural activities, professional training, self-teaching, health education) aimed at responding to the participants' needs and aspirations expressed during and after the completion of the Functional Literacy Course; (2) the creation, testing, and implementation of new forms of human resources training in the field of Adult Education, (for supervisors, monitors, teachers, etc.); (3) the implementation of a series of programs and projects using new educational technologies, mostly for training and teaching purposes; (4) the reinforcement of local and traditional Brazilian culture; (5) the promotion of practical techniques for enhancing daily life and work; (6) the awakening of interest among the Brazilian "intelligentsia" in Brazilian Portuguese and in mass literacy; (7) the motivation of adults to educate their children in recognition of the importance of education in the development and integration of the national society; and (8) the adoption of *MOBRAL's* organizational structure by other Ministries and national, regional, and local organizations.

OF NOTE:

- The keystones of *MOBRAL's* administration are decentralization, the delegation of authority, self-evaluation, and an emphasis on staff training.
- The integrated cooperation of national and regional agencies and of local institutions and people is hearteningly complete. A handful of examples among scores include the Armed Forces (which have provided storage space for teaching materials), industries that have given their employees paid leave to take *MOBRAL* courses, and a coalition (consisting of the Amazonas Commercial and Industrial Association, the Technological University for Labor, and the Intensive Program for Manpower Training) that built nine boats for *MOBRAL's* use in the Amazon region.
- By 1977, one of every six Brazilians over 15 had participated in the *MOBRAL* Program.
- To encourage people to retain their literacy skills, *MOBRAL* publishes a newsletter and other easy-to-read materials, operates mobile libraries, and organizes libraries and reading rooms.
- Incentives for participation and performance include prizes for teachers whose classes have low drop-out rates, awards for excellent newspaper coverage of *MOBRAL* activities, and small cash payments for individuals who get an illiterate person to enroll in the program.
- Class size is flexible, but commonly *MOBRAL* study groups consist of from 25 to 30 students each.

REFERENCES:

- "*MOBRAL — The Brazilian Adult Literacy Experiment*," the UNESCO Regional Office for Education in Latin America and the Caribbean, 1975.
- "*MOBRAL — Analysis and Documentary Information*," Vol. 3, No. 2, *MOBRAL*, 1977.
- MOBRAL: Report, 1977*, Ministry of Education and Culture, January 1978.

MOVIMENTO DE EDUCAÇÃO DE BASE

Brazil

TARGET AUDIENCE:	Originally, illiterate peasants in Northeastern Brazil (potentially, about 24 million adults), later expanded to include peasants in other regions
OBJECTIVES:	To help educate, politicize, and motivate adults without access to schools and health facilities (particularly by means of providing literacy and numeracy training) and to encourage the formation of base communities
MEDIA:	Radio, print, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	National Bishops Conference of Brazil, Brazil's Ministry of Education and Culture, Catholic and other aid-giving organizations in Europe and North America, and Brazil's Ministry of Health (1962-64)
DURATION:	Begun in 1961 as a literacy program; re-oriented in 1965 and again in 1971; ongoing
CONTACTS:	Sr. Anne Marie Speyer, Movimento de Educação de Base, SCS, Q.3, Bloco A, No. 79, Ed. João Paulo II, Brasília, Brazil, 70 300

DESCRIPTION:

From its inception in 1961, *Movimento de Educação de Base* has been a sectarian effort to fulfill the basic rights of the disenfranchised by offering practical training in problem-solving. But little besides the project's reason for being has remained unchanged. The original focus on literacy training gradually shifted to an emphasis on demystifying underdevelopment, albeit through literacy programs. Originally modelled after ACPO's *Radio Sutatenza* in Colombia, *MEB* no longer depends heavily upon the use of radio. Then too, the size of the project, the *MEB* curriculum, and *MEB*'s relationship with the national government have all changed with the political weather, with the military coup of 1964 in particular.

MEB's approach and its problems differ from those of many attempts within Latin America to mobilize the mass media for development. Instead of simply promoting progressive practices in the name of development, the project workers devote themselves to helping peasants perceive the roots and the dimensions of underdevelopment. Only then, the Freirean logic goes, can people work out and adopt solutions they can live with. Another distinguishing feature of this project is its use of the mass media. In *MEB*, books and radio broadcasts are used to support, not to replace, personal interaction. The backbone of the program is the *camponês*' (peasant farmers') study group. At weekly meetings, radio broadcasts on agriculture, nutrition, labor practices, and other practical topics are discussed with the help of group animators who use role-playing and other action-oriented techniques to draw group members into discussions of painful real-life problems.

A decentralized organization, *MEB* operates at four levels. The highest is the national team in Rio, whose members report to the six bishops appointed to the national Directive Council by the Catholic Bishops Conference and to the representatives from the Ministry of Education who sit on the Council. Divided into an administrative sector and a technical-pedagogical sector, the national team organizes new *sistemas* in response to local initiatives, sets policy, selects and trains personnel for the local teams, and handles other administrative procedures. It leaves all program development, however, to the local teams. The basic regional administrative unit, the *Sistema Educativo*, usually covers a single Catholic diocese and contains many radio schools. The third level is the local team, which plans and carries out the area's basic education program. Typically, this trained team of teachers, social workers, and others calls the region's most developed center its homebase and travels from there into the outlands. Animators make up the fourth level of the educational system. They are nominated by members of their community, trained locally, and given the responsibility of sparking dialogue and activities in their communities.

RESULTS:

MEB has suffered grave setbacks, but the project has nevertheless affected the lives of hundreds of thousands of Brazilians. An evaluator charged with assessing the efficiency of the project's first decade of operations found that the more than 5,000 radio schools in the *MEB* network as of 1964 had helped some 400,000 peasants to learn to read. Yet, the same researcher estimated, no more than 100,000 *camponês* acquired literacy skills through *MEB* between 1964 and 1970, most likely because the government that came to power in 1964 placed little premium on grassroots participation in social change.

Since 1970, *MEB*'s attempts at self-evaluation have consisted primarily of measuring the demand for courses, not assessing behavior changes brought about by *MEB* courses and activities. As of 1976, plans for conducting evaluations before, during, and after courses had been made, but so far post-course evaluation has not been on a par with needs assessment and enrollment analysis. Only a crude picture of the project's impact can be pieced together from registration statistics (which show, for example, that the programs called "community activities with a religious orientation" enjoy far greater popularity than *MEB*'s agricultural or health programs). The total number of participants in *MEB* is difficult to gauge since some listeners fall into more than one category of student. In 1977, about 15,000 people registered for the regular academic courses, while special programs involved just under 162,000 radio-listeners and non-school educational programs had over 171,000 registrants.

OF NOTE:

- *MEB*'s "animation" activities have included organizing soccer clubs, agricultural work, and rural syndicates.
- Potential local animators were observed by *MEB* staff members in their hometowns. Only candidates who did not condescend to nor patronize their fellow townspeople were selected for training.
- In 1968, *MEB* received UNESCO's Reva Pahlavi Prize for its high-caliber work in behalf of and with *camponês*.
- Radio's use in this project has taken a back seat to that of print and discussion. Unlike the animators, the medium is not regarded or used as a primary agent of social change.
- Northeastern Brazil was selected as the original project site and remains the focus of project activities because it is Brazil's poorest region and because, according to a 1975 estimate, over half the people in the region cannot read or write. The Amazon region is also the scene of intensive *MEB* activity.

REFERENCES:

- "A Systems Approach Applied to Non-Formal Education: Planning, Programming, Budgeting and the 'Non-Formal' Process," unpublished paper, Sr. Anne Marie Speyer, *MEB*, August 1977.
- "Movimento de Educação de Base (MEB): Communication for Animation and Social Change," *Communication and Rural Development*, Juan E. Bordenave, UNESCO, 1977.
- MEB Annual Reports, 1974, 1975, 1976, and 1977*, *MEB*, Brazil.
- Movimento de Educação de Base: An Experience in Education for the Rural Poor*, University of Michigan, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
October 1978

RADIO ECCA Canary Islands

TARGET AUDIENCE:	Spanish and Latin American adults (more than 100,000 students in its first ten years of operation)
OBJECTIVES:	To provide inexpensive and practical education to adults as a means of promoting personal and community development
MEDIA:	Radio, print, interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Cadena de Ondas Populares (COPE) under the Diocese of the Catholic Church of Spain
DURATION:	Begun in 1965; ongoing
CONTACT:	Luis Espina Cepeda, Radio ECCA, Avda. Mesa y López, 38, Apartado 994, Las Palmas de Gran Canaria, España

DESCRIPTION:

Radio Emisora Cultural de Canarias (ECCA) was founded by Jesuits to meet the educational needs of the adult who has never had the opportunity or time to attend school or whose education has been cut short. One of 45 stations under the jurisdiction of the Catholic Church in Spain, *Radio ECCA* began broadcasting in 1965. From the beginning, its directors and staff have been dedicated to "tri-dimensional education" — a combination of radio broadcasts, printed materials, and activities conducted by specially trained "orienters" — that appeals simultaneously to the mind, the emotions, and the spirit and that helps the student draw upon and legitimate experience acquired outside the learning environment. This extremely idealistic goal is paralleled, however, by the more practical objective of giving the majority inexpensive access to *ECCA* courses. Consequently, *ECCA's* self-acknowledged challenge is to keep quality and quantity balanced.

The educational radio broadcasts (which total 117 hours of FM and AM programming each each and which are aired on weekdays only) and the printed lessons (which are printed in *Radio ECCA's* own production facilities) reinforce and enhance each other. All printed matter is designed to proceed systematically from the easy to the difficult, the known to the unknown, the particular to the universal (or vice versa), and concept to explanation (or vice versa). Texts and workbooks have tear-out pages that the student completes and turns in as homework, and students are encouraged to annotate and underscore pertinent points in the course materials.

The tasks of preparing and taping lessons, taking administrative responsibility for 733 learning centers, and both culling and interpreting feedback from post-course questionnaires falls to the program's 50 "studio" teachers, most of whom are former public-school teachers selected by *ECCA* for their professional excellence. These specialists also supervise more than 508 extension teachers who are charged with reviewing the material covered during the broadcasts, passing out and collecting homework, correcting students' papers, helping the students relate the course material to their daily lives, and collecting weekly fees from participants.

While students are treated with the respect that the *Radio ECCA* staff believes that adult learners deserve, the learning pace is slow since most students cannot afford to devote more than a small fraction of their time to study. During the first primary-level literacy classes, for example, the students learn how to use a pencil and how to execute the simple lines that form the letters of the alphabet. Gradually, they learn to make the letters and to combine consonants and vowels to create words. By the end of the first course, most students can decipher and write simple sentences. In all, *Radio ECCA* offers courses in business and other work-related subjects such as agriculture, religious and secular culture, literacy, and English. Each course lasts from one to three years, and students may earn certificates at two levels: primary studies and graduate studies.

RESULTS:

Radio ECCA uses attendance records to measure its impact. From the time of the first broadcast, it has kept tabs on the number of students it serves and made estimates of its unenrolled listening audience. It has also periodically refined its methods of record-keeping. Evaluation of student achievement and follow-up studies of the radio courses' impact on students' lives have, however, been more haphazard and impressionistic.

In the first year of broadcasting, *Radio ECCA* had 1,401 active participants. By the end of its tenth year, the cumulative total had reached 107,599 (excluding the unenrolled audience). During its 11th year, the station enrolled student number 118,117. In Gran Canaria and on Fuerteventura, the percentages of the total populations that listened to *Radio ECCA* reached 20.35 and 21.34, respectively, probably because the station staff devoted more work to these areas. The number of students active at any one time peaked in 1970 at 23,507. The slow decline since then to 20,263 students in 1975 (excluding 8,493 students from the Iberian peninsula) may be a statistical quirk that reflects changes in record-keeping. (At any rate, only those students who attend regularly and who pay the weekly fee are counted present, so the attendance figures are no doubt conservative.) Since students under 14 years of age were categorically dropped from the program in 1976 on the assumption that children ought to be attending existing traditional schools, a further reduction in course participants can be expected.

A secondary indicator of *Radio ECCA*'s success is its financial status. While no student is charged more than 100 pesetas (U.S. \$1.25) and the average charge is less than 50 pesetas each week, tuition fees met 64.4 percent of the station's total expenses in 1975. At the same time, costs per student have remained far below those typical of other types of schooling, and the quality of education has not been sacrificed to keep costs down.

OF NOTE:

- The word "analfabeto" ("illiterate") is never used in *Radio ECCA* broadcasts.
- One *ECCA* student compared a person who cannot read or write to a sack of potatoes — easy to manipulate and ignorant of his or her rights.
- The majority of the students in *ECCA*'s first-level courses are of at least middle age.
- Curricula developers try to infuse the lessons with suspense; their aim is to get students to feel that they know more than they realized but "less than they will tomorrow."
- A study conducted in 1973 of Spanish radio audiences showed that *Radio ECCA* is the most popular station in Las Palmas (where it captures 38 percent of the listening audience on weekdays and 61 percent on Sundays) and the third most popular in Santa Cruz de Tenerife (16 and 22 percent, respectively).
- *Radio ECCA* has won almost every award for excellence in broadcasting that Spain offers: *Premio Nacional de Radio* (1967), *Antena de Oro* (1968), *Premio Ondas* (1971), *Bravo Nacional a los Hombres que Unen* (1971), and the *Medalla de Plata de los Cincuenta Años de la Radio Española* (1974).
- *Radio ECCA* airs neither news nor commercials. The 108 hours of weekly broadcast time that is not devoted to classes is allotted to music and public service programming.
- Radio stations in five Latin American countries — Santo Domingo, Ecuador, Bolivia, Venezuela, and Costa Rica — have been modeled after *Radio ECCA*.

REFERENCES:

- "Clase y Esquema ECCA: 1) Funcion y Caracteristicas, 2) Escala de Valoracion," Second Edition, Las Palmas, 1977.
- "The ECCA System of Radio Teaching," Domingo J. Gallego, *Multimedia International*, Rome, 1974.
- "Radio ECCA, Centro Docente," Santa Cruz de Tenerife, 1976.
- "¿Que Pretende Radio ECCA?" *Eccalumnos*, No. 7, November-December 1976.

Clearinghouse on Development Communication
January 1978

RADIO SANTA MARIA

Dominican Republic

TARGET AUDIENCE:	Rural and urban lower-status adults in the Dominican Republic
OBJECTIVE:	To deliver primary and intermediate education that is both better and cheaper than that provided by the traditional school system
MEDIA:	Radio, print, and interpersonal communication
DONOR/SPONSOR:	Largely self-sufficient with some support from the Government of the Dominican Republic and private contributions
DURATION:	Begun in 1970; continuing
CONTACT:	Rev. Carlos Rodríguez, Director, Radio Santa Maria, P.O. Box 55, La Vega, Dominican Republic; Dr. Robert A. White, Centre for the Study of Communication and Culture, 221 Goldhurst Terrace, London NW 63 EP, England

DESCRIPTION:

Begun in 1964 under the auspices of the Catholic Church in the Dominican Republic, *Radio Santa Maria* (RSM) centered its initial educational efforts on a literacy program that helped to certify more than 25,000 adults over a period of six years. A needs assessment defined the focus it has taken since 1970 — programs leading to certificates at the primary and intermediate levels.

Modeled after ECCA (Emisora Cultural de Canarias), the radiophonic school started in Spain in 1965, *Radio Santa Maria* depends on three educational aids: workbooklet texts, radio broadcasts, and field teachers. RSM also attempts to integrate the principles of lifelong education — relating school learning to real-life needs — into the traditional school curricula. Thus, classes in mathematics, Spanish, and social studies are illustrated by weekly "central themes" that represent peasants' life situations; themes used in the past include human exploitation and dependence.

While daytime and evening programming include music and nonformal education programs on agriculture, health, and family planning, the hours from 7:00 to 9:00 p.m. from Monday through Friday are reserved for graded lessons. During these hours, when five other commercial and religious radio stations extend the broadcast sphere, RSM's reach is nationwide. Four grade levels are broadcast each evening, with half an hour allotted to each grade. Four seven-minute lessons are spread over an hour's broadcast. The remaining interludes provide for active student involvement in study and the completion of worksheets. Most of the teaching is done by a male-female team; the teammates assume teacher-student roles, asking questions and pausing before answering so that the radio audience has time to come up with answers at home.

On Saturdays students throughout the country congregate, usually in groups of 20, in local centers for two-hour sessions with a field teacher. Here, completed worksheets are collected (to be corrected and handed back the following week), students' questions are handled, and the central theme is discussed. In addition, each student buys the next week's packet of six to eight worksheets at a cost of U.S. 25 cents (of which the field teacher receives 15 cents).

According to a 1975 survey, most of the 20,000 students enrolled in *Radio Santa Maria*'s courses each year are young unmarried adults — 18 year-olds whose educational potential is otherwise constrained by their rural settings. The field teachers, like their students, are young; but they are required to have completed several years of schooling in advance of the level they teach.

The methodology evolved by *Radio Santa Maria* on the principles of lifelong education breaks with that depending on the conventional remote-memory of learning. The RSM curricula stress education as a tool that helps the individuals meet and cope with their environment. This approach, emphasizing the social situation of the student, requires the teaching staff to assume the unconventional posture of equals to their students, investigating and discovering with them rather than imparting knowledge to them. The hope is that the student's self-image and adjustment to his or her world will be enhanced by such a school experience.

RESULTS:

A 1975 study of proportionally stratified samples of adult students compared the standard-test scores of *Radio Santa Maria* students with those of adult students taught by conventional methods. Generally, the radiophonic students (who study curricula adapted to reflect rural life) score as well or better than their conventionally educated counterparts on standardized tests. The innovative curricula seem to have stimulated *RSM* students to greater degrees of community participation. Student test results correlated with the competency of field teachers, suggesting that *RSM* field teachers are necessary reinforcers of radio and print material. *RSM* students, adults able to learn at a more rapid rate, require less class time. Thus, a student may finish eight grades in four years.

Seemingly efficient central administration — one director and six curriculum developers organize 520 field teachers and 12,000 students per semester — and special arrangements for buildings, broadcasting, and the purchase of paper, have helped keep operating costs down. The *RSM* out-of-school system costs \$25 per student per calendar year, in contrast to \$39 per student in the conventional adult education system. While unit costs increase with student enrollment in traditional schools, the reverse is true for the radiophonic approach. If 40,000 students enrolled in *RSM* per year, the cost per student, some estimate, would drop below \$20. Student contributions — approximately \$7 per course — covers 60 percent of the yearly *RSM* budget. Government subsidies and personal donations meet nearly all the remaining expenses.

OF NOTE:

- Since the investment in each course is worth roughly four days' pay at the minimum wage rate, students who understand the scope of their field teachers' duties are quick to notify the central administration when field teachers fail either to correct worksheets or to send in weekly fees.
- To keep policy decisions in the hands of the actual coordinators of the program, financial dependence on international institutions was limited to the setting up of the physical structure. The ongoing software component is largely self-supporting.
- Weekly enrollment records determine the printing quotas for the next week, so printing overruns are avoided and costs are kept down.
- Once concentrated in the north-central Cibao region of the Dominican Republic, *Radio Santa Maria* is now accessible to all but a small southwestern corner of the country.

REFERENCES:

"An Alternative Pattern of Basic Education: Radio Santa Maria," Robert A. White, *Experiments and Innovations in Education*, No. 30, UNESCO — Paris, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
October 1977

THE SHUAR RADIO SCHOOLS

Ecuador

TARGET AUDIENCE:	School-aged children of the Shuar Indians of eastern Ecuador (approximately 3,100 in 1978)
OBJECTIVE:	To provide elementary education where conventional methods have failed
MEDIA:	Radio, print, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The Shuar Indian Federation and international donors
DURATION:	Begun in 1972; ongoing
CONTACTS:	Rafael Mashinkias, Education Director, Shuar Federation, Domingo Comin 17-38, Sucua, Ecuador; Ampam Karakras, Shuar Federation, Apartado 4122, Sucua, Ecuador

DESCRIPTION:

Since 1972, the *Shuar Radio Schools* have served Ecuador's 26,000 Shuar Indians, who live in a jungle area now being colonized by settlers from the Spanish-speaking majority culture. Like most other indigenous groups in the Americas, the Shuar are having problems adapting to the onslaught of Western civilization. Shuar Federation documents speak of the traumatic impact of missionaries and colonists. They refer to the degeneration of moral standards, to the disintegration of the family, and to anomie. Also mentioned is the trend toward the development of an anonymous Shuar sub-proletariat living in peripheral belts around colonized centers.

The approaches of the national formal education system have had to be modified to meet the educational needs of the Shuar youth. Because populations tend to be sparsely settled (the average Shuar Federation Center having only 15 to 25 families in its vicinity), the costs of providing certified teachers for all the centers seemed unjustifiable. Indeed, in 1971, before the advent of the radio schools, only 36 of the 103 Shuar Federation Centers had schools.

Even in areas served by formal schools, drop-out rates have been high: teachers who did not know the Shuar language or culture could not meet the Shuar's educational needs. For example, of 30 certified teachers who were not ethnic Shuar, only two declared an interest in continuing to work with the Shuar. Among teachers in the 28 schools where the teachers had been working for at least two years, the same attitude prevailed. Of 30 recent graduates from Macas Teacher Training College (in the Shuar region), none felt that learning the Shuar language is necessary to work effectively among the Shuar.

Shuar Federation documents also report that traditional schooling materials and methods have failed to provide learning opportunities relevant to the Shuars' needs. The national textbooks do not use the Shuar language. According to the Federation, the figures and examples cited in the texts used in Ecuador are completely foreign to the mentality and experience of the young Shuar. Scheduling in the schools is not even attuned to the customary meal times of the Shuar.

To build a system based upon the few certified ethnic Shuar teachers, the Federation decided to use radio. With these teachers (called tele-teachers) occupying key positions, other less highly trained Shuars (called tele-auxiliaries) could run individual radio schools. The criteria for creation of a radio school have been the existence of (a) suitable facilities, (b) at least 15 potential participants, (c) active development projects in the community, and (d) community interest.

In 1973, the first year of operation, 503 students were enrolled in 30 radio schools. By 1978, the number of students enrolled had reached 3,086 and the number of radio schools had reached 120. The Federation reports that the number of centers still not convinced of the importance of the radio schools has fallen to three or four at most. (The few centers that resist still suspect a religious or political motivation behind the educational effort.)

The XI General Assembly of the Shuar Federation unanimously approved extension of the curriculum through the second cycle. Most of the bi-lingual textbooks needed to teach reading and math in the first through fourth grades have been developed, and the XXII General Assembly ratified expansion to cover the entire primary curriculum. As of May of 1978, texts were being developed for 4th-grade math and 5th-grade reading.

Each tele-lesson begins with a 25-minute segment led by the tele-teacher in the radio studio. After a brief introduction, the material from the previous lesson is reviewed. The new material is then presented in a series of steps including those aimed at motivating the students and evaluating their progress. Next, the tele-auxiliary in the classroom leads exercises in which the new knowledge is repeated and reviewed.

The methods employed include directed group listening, use of printed materials, and continuous supervision from the central staff. Six professionals, who are also responsible for upgrading the effectiveness of the tele-auxiliaries, for motivating community action, and for assisting in formal evaluation of the instruction, make up the supervisory staff.

By stressing the Shuar language and culture, the classroom methods encourage the liberation of the positive energies of the students. Commitments to maintaining and developing the cultural identity of the Shuar and to overcoming complexes that result from being colonized are strong. Besides covering the official curriculum, the aim is to integrate — not to assimilate — the Shuar into the mainstream.

RESULTS:

For the first time education offered to Shuar youth has been systematized, consciously related to Shuar culture, and made the responsibility of Shuar teachers. The Federation estimates that the drop-out rate is now minimal, compared with a rate of 30 percent in the conventional schools that the radio schools replaced.

The numbers of students enrolled have grown steadily over the years that the radio schools have operated. The pass rates have been high, although they have declined somewhat with the expansion of the system:

Year	Students completing the academic year	Students promoted	Pass rate
1972-73	486	473	97.4%
1973-74	1,278	1,231	96.4%
1974-75	1,955	1,732	89.0%
1975-76	2,654	2,349	88.0%
1976-77	2,704	2,285	84.5%

OF NOTE:

- Annual courses for the tele-auxiliaries are planned in order to upgrade their effectiveness as teachers.
- The bi-lingual education law of neighboring Peru places Quechua on an equal footing with Spanish as a national language, a fact the Shuar Federation is weighing.
- One of the Shuar publications contains excerpts from *Bury My Heart At Wounded Knee* and comparisons of the Shuar's current situation with the historical predicament of the North American Indians.
- In 1973-79, a small number of centers will undertake an experimental program, entrance to which will not require a primary certificate. The focus will be on practical learning — on upgrading and marketing local crafts, for instance.
- The methods employed in the radio schools promote spoken and written fluency in both the Shuar's mother language and in Spanish: The Shuar language is not used as a mere bridge toward expression in the national language.
- While the administrators of *The Shuar Radio Schools* recognize the importance of teaching Shuar youth about the outside world, a lack of appropriate teaching materials inhibits efforts to do so.
- The project's supervisory and evaluation staff now consists of one chief administrator and eight auxiliary supervisors.

REFERENCES:

- "Sistema de Educación Radiofónica Bicultural—Shuar," Shuar Federation, Sucua, 1978.
- "Consideraciones a Partir del Diagnóstico," a paper presented at the Inter-American Seminar on Technology Transfer in Education, Organization of American States, Washington, D.C., 1978.
- "A Propósito de la Ley de Colonización," *Chicam*, No. 19, Shuar Federation, Sucua, 1978.
- Private conversation with Fr. Didier de Failly, CEPAS, Zaire, May 1978.

INSTRUCTIONAL TV AND EDUCATIONAL REFORM El Salvador

TARGET AUDIENCE:	7th, 8th, and 9th graders in El Salvador
OBJECTIVE:	To extend public education to all 13- to 15-year-olds so as to increase El Salvador's middle-level labor force
MEDIA:	Television and printed supplementary materials
DONOR/SPONSOR:	The Government of El Salvador (assisted by the U.S. Agency for International Development, UNESCO, other international aid agencies, and the Governments of Mexico and Japan)
DURATION:	Implemented over several years in the late 1960s; currently expanding into lower primary grades; expected to cover grades one through nine by 1980
CONTACT:	ETV-El Salvador, Ministry of Education, San Salvador, El Salvador; Dr. Robert C. Hornik, Associate Professor, University of Pennsylvania, Annenberg School of Communication, 3620 Walnut Street, Philadelphia, Pennsylvania 19104; Dr. Henry T. Ingle, 7938 Bayberry Drive, Alexandria, VA 22306, U.S.A.

DESCRIPTION:

El Salvador's *Instructional TV* project began in the late 1960s as one part of a pervasive education reform. Initiated by President Fidel Sanchez Hernández, the overall reform has as its goals the fulfillment of the right of all Salvadorans to nine years of free schooling and the expansion of the nation's middle-level labor pool, as well as the general improvement of the school system.

When instructional television was introduced, several other changes that influenced TV's impact were made. The Ministry of Education was reorganized under stronger central authority and was expanded to include a planning office. At the same time, the school-supervision system and the curricula were revised, Third Cycle (7th, 8th, and 9th grade) teachers received a year's paid leave in which to participate in intensive retraining activities, tuition for grades seven through nine was eliminated, double sessions were established, and a much more liberal promotion, grading, and student-evaluation system was instituted. All these changes either encouraged or accommodated a sizable growth in class enrollment.

Television carried the core of the revised curricula and thus ostensibly shouldered part of the increased teaching burden from February of 1969, when it was first used in 32 pilot 7th-grade classrooms. From then on, two to four 20-minute programs were broadcast weekly in each of five subject areas: Spanish, social science, natural science, math, and English. Each TV lesson was preceded by a ten-minute motivating session conducted by the classroom teacher and followed by a teacher-led reinforcement session that lasted about 20 minutes. Teacher guides and student workbooks were used to supplement the televised lessons.

RESULTS:

Reports of the success of El Salvador's use of instructional television vary, though the project is still going strong. Quantitative analysis shows that students in ITV-classrooms realized overall gains in basic skills of from 15 to 25 percent above those of peers who studied in traditional classrooms or in reformed classrooms without ITV. Qualitative indicators are also positive: both students (especially disadvantaged and slow-learning children) and teachers voiced approval and enthusiasm for television classrooms. While excitement did wane somewhat after the novelty of TV had worn off (roughly four years after its introduction), the liveliest productions have remained popular.

Some teachers and project evaluators involved with ITV in El Salvador believe that the program's full potential has not been realized. The most commonly voiced complaint of teachers who took part in ITV has been that the quality of the television lessons is uneven. One evaluator claimed that the El Salvador project verified the notion that television is best used to present material that the teacher cannot present as well (in competition with television, some teachers treat it as a "babysitter," while others choose not to use it at all). Finally, some evaluators contend that this educational reform is not adequately integrated into El Salvador's general development plan, that students involved in the program cannot find jobs or cannot find slots in the next level of education — the "Bachillerato Diversificado."

OF NOTE:

- Student's receptivity to instructional television was greater with respect to English and social sciences than to math and natural science. Yet, math achievement was boosted more than achievement in the natural and social sciences.
- Opposed to the idea of depending upon foreign advisers to run their new ITV program, El Salvador's leaders insisted that local people bear major responsibility for ITV from the start.
- In July of 1971, Salvadoran teachers struck. While the increase in workloads precipitated in part by the use of television in the classroom was not a major point of contention, the issue was raised by some of the striking teachers.

REFERENCES:

- "ITV, Reform and Investment Priorities for Formal Education in El Salvador," Arthur K. Burditt III, Princeton University, Princeton, New Jersey, 1976 (unpublished).
- "Reconsidering the Use of Television for Educational Reform: The Case of El Salvador," Henry T. Ingle, in *Educational Television: A Policy Critique and Guide for Developing Countries*, Robert Arno, editor, Praeger Publishers, New York, New York, 1976.
- Educational Reform with Television: The El Salvador Experience*, John K. Mayo, Robert C. Hornik, and Emile G. McAnany, Stanford University Press, Stanford, California, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
June 1977

ACCION CULTURAL POPULAR HONDUREÑA Honduras

TARGET AUDIENCE:	Illiterate and semi-literate <i>campesinos</i> throughout Honduras
OBJECTIVES:	Initially, to help <i>campesinos</i> acquire literacy skills and information related to health and community development; later, to set up an agricultural education program and to help <i>campesinos</i> organize politically and socially
MEDIA:	Radio and print
DONORS/SPONSORS:	Social Christian Movement
DURATION:	Begun in 1960; ongoing
CONTACTS:	Pedro Pablo Ramirez, Director, Acción Cultural Popular Hondureña, Apartado C-24, Tegucigalpa, D.C., Honduras, C.A.

DESCRIPTION:

Acción Cultural Popular Hondureña (ACPH) is both the education arm of the Honduran *campesino*-based self-development movement called the Popular Promotion Movement (PPM) and a young relative of Colombia's ACPO radio schools. ACPH got its start in 1960 when a Honduran priest, P. Jose Molina, returned from a brief internship at ACPO and helped set up an experimental radio school in the environs of Tegucigalpa. Although now supervised by a lay board of directors, the school has relied heavily upon the grassroots parish networks and upon the motivating power of the pulpit in its efforts to spread literacy and information.

ACPH was essentially an ACPO transplant in its early years, and ACPH's system and textbooks were adapted from Colombian models. Like its prototype, ACPH called upon rural pastors to work up support for adult literacy classes. These local clerics selected one volunteer auxiliary teacher (or "monitor") from a *campesino* family in each community. In turn, these monitors were trained to recruit students, organize classes, help the regular classroom teachers supervise student work, and file monthly reports on the attendance and progress of the classes. Monitors also took charge of the texts, radios, and other classroom materials.

By 1964, when student enrollment had reached almost 15,000 and the schools had been operating long enough to make reflective evaluation of their success meaningful, the emphasis of ACPH programs was switched from promoting literacy and short-term community-development campaigns to forming local organizations of the poorest *campesinos* in order to help the "disinherited" to create political and economic leverage. Reading and writing remained part of the curricula, but to these academic courses were added programs aimed at developing attitudes and skills that would enable the *campesinos* to organize themselves and to act responsibly to further their own social and economic welfare. The watchwords of the consciousness-raising activities became 'participation' and 'democratic leadership.'

In the late 1960s and early 1970s, ACPH took another step in the direction of equating adult education with politicization. The radio schools adopted Paulo Freire's psychosocial approach to personal and community self-realization. To consciousness-raising, the communication of fundamental skills, and the identification of indigenous leaders was added a fourth mandate — the formation of regional and national *campesino* organizations able to deal with government agencies. Part of the impetus for the organizing activities has come from members of the Christian Social Movement — university students and young professionals with training in agronomy, education, or economics — who aligned themselves with the PPM by 1970.

A recent change in ACPH's focus of operations, the addition of a four-year primary-school program leading to a diploma recognized by the Honduran Ministry of Education, took place in 1972. In 1977, ACPH introduced an agricultural education program using paraprofessional agronomists and mass communication methods to make agricultural technology available to small highland farmers in remote communities.

RESULTS:

ACPH has been evaluated by both its own staff and by professional evaluators called in from outside. The finding of a study conducted in the mid-1960s by outside observers was that enrollment was encouragingly high but that several factors (among them the facts that nothing prevents literate students from taking the courses and exams, that no reliable tabs are kept on the number of students who repeat each year, and that "cooperation" between the test-takers and test-givers was rumored to have taken place) made the qualitative aspects of the literacy and numeracy segments hard to assess. Sparse population distribution, lack of leisure time in which to study, administrative pitfalls, and adverse weather conditions were also identified in that study as unquantifiable determinants of the program's impact.

A more rigorous evaluation, conducted in 1971 by an American and based upon an analysis of a stratified sample of 794 radio-school students, confirmed the continued existence of the socioeconomic impediments identified in the earlier study and raised the question of the value of literacy to *campesinos* with little to read and little time in which to read it. This study found that roughly 108,000 students enrolled in ACPH between 1961 and 1970, that about 18,000 of that number were examined and passed at least once, and that only two-thirds of those who took an exam actually achieved minimum functional literacy (defined as the ability to recognize a series of words, match words to pictures, write one's name, and to answer in writing one or two questions about a passage).

The picture of the consciousness-raising and organizing activities of ACPH and PPM that emerges from the second study is brighter than that of the literacy program. ACPH has established a development communication system that has made possible the construction of hundreds of rural schools and many neighborhood water systems. It has served as the basis for the organization of *campesino* women's groups, consumer cooperatives, 300 agricultural production groups, and many local *campesino* pressure groups involved in land recuperation.

OF NOTE:

- The literacy programs are broadcast six days a week for a single seven- or eight-month term each year. The advanced classes are broadcast in mid-afternoon and the beginners' lessons in late afternoon. Groups meet in homes, schoolrooms, or parish halls.
- In 1970, an estimated 30 percent of those *campesinos* taking the literacy courses had nothing in their homes to read. Unlike ACPO, ACPH has not published inexpensive booklets and newspapers for the *campesinos* to enjoy at home.
- ACPH is one of the few radio school systems in Latin America that has adapted the psychosocial method (originally designed for direct teaching) to radio teaching.
- ACPH uses a combination of *campesino* paraprofessionals, the radio, volunteer agricultural promoters, and a system of neighborhood demonstration plots to communicate agricultural technology at low cost to small farmers in remote mountain communities.
- The basic education and agricultural education programs of ACPH are part of an integrated rural development system of private agencies that includes consumer and marketing cooperatives, a national federation of *campesino* women, an agricultural lending institution, and *campesino* pressure-groups.
- ACPH is developing a radio-mediated program of primary school education that is closely integrated with agricultural education and organized in terms of flexible, brief units of one month to six weeks each.

REFERENCES:

- "Mass Communication and the Popular Promotion Strategy of Rural Development in Honduras," Robert A. White, *Radio for Education and Development: Case Studies*, Vol. II, May 1977.
- "An Evaluation of the Rural Development Potential of the Radio School Movement in Honduras, Robert A. White, Centro Loyola and Department of Anthropology and Sociology, St. Louis University, October 1972.
- "The Radio Schools of Honduras," Jack Lyle with Joel Martins and Jacques Torfs, *New Educational Media in Action: Case Studies for Planners*, UNESCO, 1967.

Clearinghouse on Development Communication
April 1978

SITE TEACHER TRAINING

India

TARGET AUDIENCE:	48,000 primary-school science teachers in the six states covered by the ATS-6 satellite
OBJECTIVE:	To improve the effectiveness of science-teachers' skills by introducing the scientific method, upgrading the content of science programs, and encouraging classroom experimentation
MEDIA:	Satellite, television, print materials, radio, interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The Centre for Educational Technology within India's National Council of Educational Research and Training
DURATION:	With satellite, during the experimental year — 1975-1976; ongoing (relying on other technologies)
CONTACTS:	Prof. R. C. Das, Principal, Indian Centre for Educational Technology, Sri Aurobindo Marg, New Delhi 110016, India; Prof. Snehlata Shukla, Assistant Principal, CET

DESCRIPTION:

In August of 1975, India began a one-year experiment in mass education using a satellite to broadcast television in a variety of development programs. ATS-6 was lent to India by NASA, which positioned the satellite over the Indian Ocean, where its "footprint" covered six of India's 22 states. 2,400 hard-to-reach rural villages participated in the Satellite Instructional Television Experiment (SITE). The objectives of the program were to test the country's ability to produce and utilize instructional television designed to cover agriculture, health, family planning, primary education, teacher training, and community development.

The Centre for Educational Technology (CET) prepared the materials for the SITE project: 13 films (each 22.5 minutes long), 12 radio programs (each 20 minutes long), instructions for teachers on how to perform 24 hours of experimental work in class, and printed materials for self study. CET also conducted training sessions for 3,000 tutors selected from among science graduates teaching in high schools or enrolled in teacher-training institutions. CET organized the practical work so that formal laboratories and expensive materials would not be needed to carry out the experimentation. It also devised a system to train roughly 24,000 teachers simultaneously. To this end, CET used 60 resource persons familiar with the philosophy and materials of the program to train the 3,000 tutors (to make sure that at least 2,400 would be available) who were, in turn, charged with training the teachers.

The TV programs, produced in four languages and broadcast via satellites to village sets with enlarged antennas and the radio broadcasts, formed the base of the training day. Accompanying print materials were produced, but their dissemination was sometimes made difficult by rain and poor roads. To reinforce content and methodology, teacher-monitors led discussions following the broadcasts. Subsequently, two and a half hours in each session were given over to experimentation — emphasized because rural teachers, unfamiliar with experimentation, are reluctant to risk losing face by publicly carrying out experiments that could fail. Those who conducted the program made a concerted effort to show that the scientific method — described by the program's director as observing the facts, framing a problem, systematizing knowledge, finding the possible causes and solutions to the problems, testing the possibilities, and coming to a solution — applies to a variety of settings.

A host of messages was stressed in the training program. Chief among them were the importance of experiments in science education and in imbibing students with the spirit of scientific inquiry, the fact that experiments can be performed without a laboratory, the appropriateness of the scientific method as a means of helping young children solve problems, the need to make use of the child's environment in scientific problem-solving, and the value of seeing the child's whole environment as a laboratory of sorts. Also emphasized were the importance of learning by doing, class participation, group work, and field trips. All these messages were carried by various media, according to which did the job best.

RESULTS:

CET conducted three studies of its teacher-training project. Two were associated with the two training programs offered in October 1975 and July 1976; one was made in a controlled situation. Each of the three studies pointed to positive gains in knowledge of content and pedagogy. These gains varied from 10 percent in the first attempt to 40 percent in the controlled experiment. Overall, the evaluations revealed that primary-school teachers received the training program positively.

Apart from gains in knowledge and understanding of methods, changes in classroom behavior were also observed. Apparently, teachers trained in this project were trying to conduct more experiments in their classes and were making an effort to involve students in the classroom. However, the students' initiative in asking questions has remained low.

Once knowledge of this project's success spread, educators in many areas where this training could not initially be offered began asking for materials and for other kinds of help in organizing similar programs in other states.

OF NOTE:

- A feedback component has been implemented to use teachers' observations made during the training sessions carried on throughout the year. This feedback takes the form of an active correspondence between graduates of the program and CET. Many rural teachers send descriptions of their problems to CET, asking its counsel. The Centre builds on this feedback to construct future program approaches.
- All of the electronic hardware used in the project, except the satellite itself, was produced in India, as was all of the broadcast programming.
- Although the ATS-6 moved away from India in July 1976, the teacher-training package is still being used. TV has been replaced by film, and most radio broadcasts by audio tapes.
- Official reports on the findings of the various components of SITE are now being released by the Indian agencies that participated. Evaluative papers on the teacher-training program are available through CET.
- The ATS-6, lent to India by NASA for the SITE experiment, generates higher powered signals than did earlier satellites. It thus requires relatively inexpensive earth stations equipped with easy-to-construct 10-foot wire mesh antennas. Consequently, the cost of earth stations to the Indian government was relatively low.
- The ATS-6 is the sixth and last in a series of American satellites designed to test, among other things, educational broadcasting to dispersed rural populations. In 1974, this satellite was used in a one-year experiment to provide health care in Alaska. It provided television communication between two remote clinics, a field hospital, and the referral hospital.

REFERENCES:

"SITE in India: High Learning Gains, Low Overhead," *Development Communication Report*, No. 19, July 1977.

Clearinghouse interview with Professors Vijaya Mulay and Snehlata Shukla, May 7, 1977.

Clearinghouse on Development Communication
January 1978

CORRESPONDENCE COURSE UNIT

Kenya

TARGET AUDIENCE:	Kenyan primary-school teachers, government employees, staff members of private organizations, and other adults
OBJECTIVES:	To provide in-service courses to underqualified and unqualified primary-school teachers and to other adults in need of further training
MEDIA:	Print, radio, interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Government of Kenya, University of Nairobi, and U.S. Agency for International Development (through April 1971)
DURATION:	Begun in 1967; ongoing
CONTACTS:	Ben K. Gitau, Correspondence Course Unit, Institute of Adult Studies, University of Nairobi, P.O. Box 30688, Nairobi, Kenya

DESCRIPTION:

The *Correspondence Course Unit* was proposed in 1964 and set up in 1967, by which time it was obvious that Kenya's post-independence teacher-education program could not meet the nation's rising demand for qualified teachers. After a needs assessment was carried out by the Kenya Education Commission, highest priority in the CCU was accorded to courses designed to upgrade the skills of primary-school teachers, more than one-fourth of whom (10,500 of 38,000) lacked at least some necessary professional skills and credentials, and to qualify them for promotion. To these courses, called Kenya Junior Secondary Examination Preparatory Courses, was added in 1969 another series for teachers with no previous training whatsoever: the Unqualified Teachers (UQT) course comprises a preliminary phase of training in pedagogical methods and a secondary phase devoted to enhancing the teacher's knowledge of English, mathematics, and either history or geography. Those in the KJSE sections study privately on a part-time basis until they pass exams in five subjects. Those in the UQT courses attend three short live-in sessions during school holidays during the first year and study part-time on their own during the second; the untrained teachers need pass exams in only three subjects.

Each CCU course has four components. One consists of various printed materials — study guides, texts, maps, etc. — supplemented by simple instruments and science-experiment kits. Radio, which reiterates and supplements the content of the graphics, is the second part, while correspondence with high school and university instructors who grade the written work is the third. The last component is face-to-face teaching, most of which occurs at the residential sessions held during school breaks at the University of Nairobi's Institute of Adult Studies.

The relationship between the use of radio and that of print is determined by the CCU student. In general, the five hours of educational radio programs broadcast weekly are aimed at the slower students, who need a second chance to grasp the materials. The radio teacher obliges the slower learners by summarizing and highlighting the material, occasionally anticipating the students' questions and offering additional examples and explanations. Students satisfied with their command of the material (as measured by self-testing exercises included in the study guides) are free to skip the radio broadcasts. Nevertheless, radio does offer indispensable services to slow and quick learners alike: it provides correct models of pronunciation for language students, fosters rapport between teachers and students in a learning set-up that is otherwise relatively devoid of the human element, and provides entertainment in the form of music. The Voice of Kenya's CCU broadcasts have, in fact, attracted a substantial accidental (unenrolled) listening audience (estimated at between 300,000 and 800,000 adults) whose size has prompted the CCU programmers to address its needs.

In-service training programs for primary-school teachers will continue to grow, since as of 1974, primary education is free for all Kenyans. While the number of unqualified primary-school teachers had been reduced to 12,000 by late 1973, an estimated 25,000 such teachers had to be employed (along with all available qualified

teachers) by 1976. Although Kenya's 1974-78 Development Plan recommends adoption of a crash course (known as the "1 + 2 teacher-training program") to meet these new needs, it also specifies that "correspondence courses and radio programs must remain the main vehicles of out-of-school education."

RESULTS:

A fifth-year evaluation of the CCU project, carried out by a foreigner and based on the data gleaned from a questionnaire, showed that approximately 60 percent of the students' study-related problems were environmental. These obstacles to learning included lack of time or of a decent place in which to study, personal troubles, and family problems. In contrast, ten percent were constrained by pedagogic difficulties. The same evaluator pegged the drop-out rate at between 15 and 25 percent, as compared with 70 percent for students of foreign-based correspondence schools operating in Kenya.

Since 1968, the performances of all students sitting for the KJSE examinations have been compared. The comparison has shown that CCU participants consistently perform better than other exam-takers. In 1970, for example, when the average pass rate was 15 percent, 51 percent of the CCU students who took the exam passed it.

An evaluation of the UQT program was conducted in the early 1970s to find out if the program's graduates competed academically and professionally with graduates of teachers' colleges. By polling UQT graduates, researchers found that 99 percent felt that their performance in the classroom had improved as a result of the CCU training. This finding was corroborated by a poll of the UQT graduates' teaching supervisors, who reported that 95 percent of the teachers had made significant professional gains. In turn, the students of the newly trained teachers performed better than their peers on national exams.

Despite these positive findings, however, the program cannot be deemed an unqualified success until more thorough study is made of the teaching abilities of its graduates as measured in the classroom. Moreover, whether correspondence courses provide the best means of teaching teachers remains open to question.

OF NOTE:

- The CCU has its own facilities for printing, duplicating, binding, and mailing its course materials. Its production facilities include a recording studio and a small science laboratory.
- A survey conducted in 1968 showed that 90 percent of all CCU enrollees were teachers. The remaining tenth was made up of clerks, housewives, farmers, members of the police and the armed forces, and other workers.
- CCU's enrollment is open year-round, and students are permitted to work more or less at their own paces.
- The typical CCU student is between 21 and 40 years old, is married, is responsible for more than four children or other dependents, and is not likely to own a radio or many books, buy a newspaper regularly, or have electricity in the home.
- In direct response to the success of CCU, several Kenyan organizations have decided to sponsor jointly a multi-media experiment using radio, film, and newspapers in conjunction with organized discussion groups in rural areas. If successful, the pilot project will become a long-term nationwide program.
- CCU offers some courses to blind students. These students can receive the broadcasts on cassettes and the printed materials in braille.
- None of the CCU graduates is known to have switched careers after finishing the course.
- The use of radio in this project represents, on the one hand, the continuation of the oral tradition in Africa and, on the other, an improvement over the often stale and alien fare offered by American and British correspondence schools in East Africa.

REFERENCES:

"In-Service Training of Teachers Through Radio and Correspondence in Kenya," Peter E. Kinyanjui, *Radio for Education and Development*, Volume I, World Bank Staff Working Paper No. 266, Spain, Jamison and McAnany, eds., May 1977.

"Correspondence Education in Africa," Kabuasa and Kaunda, eds., Routledge Kegan Paul, Ltd., 1973.

Clearinghouse on Development Communication
January 1978

(While it is standard procedure at the Clearinghouse to ask persons intimately involved with the projects described in this series to review the draft Profiles, strenuous efforts to obtain such comments before the publication deadline were in this case unsuccessful.)

KEDI EDUCATIONAL RADIO AND TELEVISION BROADCASTING Korea

TARGET AUDIENCE:	Korean schoolchildren; youths and adults seeking post-middle-school education; teachers; and a general adult audience
OBJECTIVES:	To create a system of instructional design, using broadcasting media to enhance the effectiveness of classroom instruction and to increase educational access
MEDIA:	Print, television (closed-circuit), radio, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The Government of Korea; Korean Educational Development Institute (KEDI); Korean Broadcasting Service (KBS); U.S. Agency for International Development; Export-Import Bank of U.S. Credits
DURATION:	Established in 1972; ongoing
CONTACTS:	Dr. Yung Dug Lee, President, KEDI, 20-1 Umyeon-Dong, Kangnam-Ku, Korea (Seoul C.P.O. Box 7019); Dr. Robert Morgan, Learning Systems Institute, Florida State University, Tallahassee, FL 32306, U.S.A.

DESCRIPTION:

The Korean Educational Development Institute (KEDI) was established in 1972 amid growing concern over the need for comprehensive reform of an educational system that had been characterized by a critical regional imbalance of access to education, inadequate teacher training, and low student achievement levels. KEDI was created as an independent, government-funded educational research and development institute to serve the Ministry of Education in analyzing educational needs and designing and testing new teaching and learning materials and programs. KEDI's core assignment was the Elementary and Middle-School Development Project (E-M Project). The E-M Project plan included development of a curriculum that emphasized educational goals more relevant to national and individual needs, a different method of grouping students and administratively organizing schools, a different range and mix of instructional resources and delivery methods, and different patterns of instructional staffing. A major component of the five-year E-M Project (1972-77) was the development of a radio and television broadcasting system exclusively for educational purposes under the Ministry of Education. Materials developed by KEDI for the E-M Project included instructional materials (student workbooks, teachers guides, radio and television programs), evaluation instruments, teacher training materials, and implementation manuals.

In addition to the E-M Project, KEDI launched the Korean Air and Correspondence High School (ACHS) program in 1974 to provide secondary education via mass media to youths and adults at home and in ACHS classrooms. (See *Korean ACHS Project Profile*, April 1979.) Another special KEDI program was set up in 1973 to bring educational access to the residents of the 700 islands of the Sinahn District, a region with severe transportation and communication problems, limited social and cultural contacts, and poor educational opportunities. Daily FM radio broadcasts to 62 primary schools, 60 branch schools, and 13 middle schools consist of administrative, supervisory/training, instructional classroom, and nonformal community development educational programs.

KEDI's In-Service Teacher Education Project was established to provide a variety of educational programs to upgrade teachers' skills and competencies, utilizing instructional radio for 15 minutes each day for 22 weeks on such topics as current Korean educational problems, new educational systems and models, instructional objectives and procedures to develop materials, and the future of the country.

KEDI's broadcast system comprises a transmission site, completed in 1976, and a production and broadcast studio near Seoul, completed in 1975. KEDI's broadcast studio includes two large, highly developed, three-camera color television studios and two well-developed radio studios, one for voice recordings and one for dramatic production. A broadcast council was established to review and evaluate instructional television and radio (ITV and IR)

prior to airing, determine criteria for production and program quality, conduct research on ITV and IR effects on learning, and solicit feedback from users in the field.

During the period of construction of the transmission system, serious and unexpected technical problems arose that made television broadcasting impossible. KEDI's television transmission system was finally declared unworkable and was dismantled, and broadcasting to date has been limited to radio. This critical delay forced KEDI to rely upon a small, portable closed-circuit TV set-up for its ITV lessons; diverted manpower and time from other activities; and necessitated a major modification in the original testing, research, and implementation plan for the E-M Project. KEDI's reliance on radio and television for classroom instruction has been reduced significantly.

RESULTS:

Due to the delay caused by the failure of the transmission system, KEDI's staff and broadcast council have lost more than three years of broadcast experience as well as significant public credibility due to expectations for color television broadcasting. Despite this, KEDI has continued to collect and analyze data on the role of radio and television and has produced some 1,591 television programs in anticipation of the time when a transmission facility will be available.

Four "small-scale tryouts" were conducted as part of the E-M Project from May 1973 through July 1976, involving pupils from the second, third, and fifth grades in elementary schools receiving ITV and IR lessons in a variety of subjects. Although there are some problems with definitive interpretations of the results of these tryouts, they do show generally higher student achievement levels where KEDI instructional materials were used. From September 1975 through June 1978, four larger "comprehensive demonstrations" were conducted in grades three through six using ITV lessons via a closed-circuit TV system in two of the demonstrations and IR in three of them. Due to design methodology and lack of current information on results, the effects of ITV and IR alone are not known; however, available results on all of the major variables show significantly higher achievement levels for demonstration students. The effectiveness of KEDI print and non-print instructional materials was later tested in a "small-scale tryout" in a middle-school. Higher achievement scores were obtained by students in KEDI schools than in schools without KEDI materials, and, within the KEDI schools, higher achievement scores were obtained by students taught by ITV and IR.

While academic achievements of ACHS students generally fall below those of regular high school students, this has been attributed to differences in students' academic preparation. Problems in the project include programming that does not adequately hold students' attention and inability of students to keep the attendance schedule.

OF NOTE:

- Of total costs related to the E-M Project, 82.2 percent have resulted from efforts to create, program, and transmit radio and television for instructional purposes.
- Plans are now underway to construct a ground-based TV transmission system and FM radio networks that will reach into every major city in Korea, covering 80 percent of the total population.
- Construction of the new FM network of 43 stations is estimated to cost approximately \$5.3 million, and the cost of the planned two new radio studios is set at approximately \$0.5 million.

REFERENCES:

- "Annual Report 1976-77," Korean Educational Development Institute.
- "Analytical Case Study of Korean Educational Development Institute," American Association of Colleges for Teacher Education, Draft Final Report, 1979.
- "The Korean Educational Development Institute—Its Organization and Function," Robert M. Morgan. A paper developed for EDUTEL Communications and Development, Inc., Palo Alto, California, as one of a group of case studies prepared for UNESCO, Paris, January 1979.
- "Educational Development: The Republic of Korea, 1970-79," Robert M. Morgan. A paper presented to the Association for Educational Communications and Technology, New Orleans, March 6, 1979.

Clearinghouse on Development Communication
September 1979

KOREAN AIR AND CORRESPONDENCE HIGH SCHOOL

Korea

TARGET AUDIENCE:	Youths and adults seeking post-middle-school education
OBJECTIVES:	To provide secondary education via the mass media to those unable to attend high school after finishing middle school
MEDIA:	Radio, print, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The Government of Korea, Korean Education Development Institute (KEDI); Korean Broadcasting Service (KBS)
DURATION:	Begun in 1974; ongoing
CONTACTS:	Shigenari Futagami, Media Specialist, Education Division, International Bank for Reconstruction and Development, 1818 H Street, N.W., Washington, D.C. 20433, U.S.A.; Dr. Hyung Rip Kim, Director, Educational Broadcasting Department, Korean Educational Development Institute (KEDI), 20-1 Umyeon-DongSan Gangnam-Gu, Korea C.P.O. Box 7019, Seoul, 134-03, Korea

DESCRIPTION:

The *Korean Air and Correspondence High School (ACHS)* program was launched to provide high school education for youths and adults unable to continue their education because of economic and other reasons after finishing middle school. An offshoot of a similar program that operated at the junior college level, the *ACHS* program came into existence in March of 1974. The *ACHS* program, sponsored by the Korean government and the Korean Education Institute (KEDI), used the same principles and the same media as the junior college program.

The Ministry of Education takes responsibility for making policy, designing the curriculum, approving the establishment of participating schools, approving textbooks, and providing general supervision. The regional boards of education select the participating local schools, assign students to these schools, and offer local supervision. KEDI develops the textbooks used, produces and broadcasts the radio programs, selects course developers, designs books and evaluation materials, and compiles relevant statistics. The administrative functions of the *Air and Correspondence High Schools* include classroom teaching, student counselling and guidance, maintenance of student records, correction and evaluation, and management.

ACHS's curriculum and philosophy are basically the same as those of a regular high school (RHS), though some adjustments have been made. To obtain the *ACHS* Diploma, the student must complete 204 units of study in the three grades of the course. Each unit represents 50 minutes of instruction each week per semester. The units cover 14 subjects, including Korean, social science, mathematics, natural science, physical education, military training, English, German, music, and a vocational option. In addition to completing 204 units of study, the student is expected to put in some 1,224 hours of study a year, divided between self-study (862), instruction at a center (182), and instruction by radio (180). The mode of instruction in the *ACHS* is basically self-study, but considerable supplementary support is offered to the student. Total instruction consists of self-study, supplementary textbooks, programmed assignments, radio broadcasts tailored to the course, attendance at educational centers every other Sunday, correspondence by mail, and monitoring and testing.

The students receive radio lessons of 30 minutes (two 15-minute programs) a day and classroom lessons every other Sunday at the respective schools. Teachers and faculties of regular high schools are recruited and utilized for this program. Annually, 625 radio programs for each of the three grades of the *ACHS* are produced by the KEDI Broadcasting Department and delivered through KBS and other commercial broadcasting networks.

RESULTS:

Although much of the success of the ACHS project reflects the high motivation of the student body and the cooperation of government officials and the KEDI, it should be noted that a set of inherent comparative advantages facilitated project implementation and progress. First, the goals and objectives of such a project can be clearly defined with respect to target groups. Second, since the project depends heavily on the intensive use of existing human and physical resources, its costs can be kept manageable. Heavy investments in physical facilities or a great number of new teachers are not required. Existing classes of any school can be used, existing radio or television facilities can be rented, and trained high school teachers can be contracted. Third, the project's mode of financing is ideal: to a large extent, the project can be financed by user fees. In addition, other advantages derive from the flexible multi-media methods of instruction. Each educational medium has its strength and weakness. Different media can be combined in such a way that one can complement the other, thus making instruction more effective.

A study of the work of KEDI (conducted by a research team of air and correspondence education in 1974) indicated that of the correspondence course students, 60 percent seldom study, 28 percent study a little, 9 percent occasionally, and only 2 percent regularly. To date, these statistics have not changed significantly.

OF NOTE:

- A major problem in educational broadcasting is the difficulty of adjusting broadcasting time to provide convenient access to students. The commercial networks usually allocate educational programs time slots that are inconvenient for student audiences.
- The schools at which students are required to take classes every other Sunday are often situated far from the students' homes. This results in a low attendance rate. It may thus be necessary to establish more high schools in small cities in the future.
- Basically, the only standard qualification required for admittance into the air and correspondence schools is that middle school be completed. As a result, academic achievements of the air and correspondence high school students generally fall below those of regular high school students. A majority of the students have finished middle school several years before they come to correspondence school and, therefore, their academic preparation is often inadequate. Thus, supplementary instruction is necessary for these students to ensure effective learning.

REFERENCES:

- "An Appraisal of Development of Educational Broadcasting System in Korea," Kuk Bom Shin, Professor, Han Yang University, *Korean Educational Development*, KEDI, Vol. 1, No. 2, July, 1976.
- "The Korean Air and Correspondence High School," Kye Woo Lee, Shigenari Futagami, and Bernard Braithwaite. A paper from *The Cost-effectiveness of Distance Teaching*, edited by Hilary Perraton (International Extension College) for the Education Department of the World Bank and prepared for the UNESCO colloquium on "Economic Analysis for Educational Technology Decisions," University of Dijon, June 1978.
- "Development of the Air and Correspondence High School in Korea," 1976.
- "The Korean Educational Reform," Yung Dug Lee, unpublished paper, June 1976.

Clearinghouse on Development Communication
April 1979

LESOTHO DISTANCE TEACHING CENTRE

Lesotho

TARGET AUDIENCE:	The Basotho (people of Lesotho), especially those living in the countryside
OBJECTIVES:	To use distance-teaching methods to provide the people of Lesotho with practical education, and to assist other organizations engaged in education or training
MEDIA:	Print and radio, reinforced by interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Government of Lesotho; Training for Self Reliance (World Bank); the International Extension College; World University Service; World Education; Christian Aid; the Irish Government; the Danish Government; UNICEF; Netherland Organization for International Cooperation; International University Exchange Fund; Agency for Personal Service Overseas; and others
DURATION:	Established in 1974; ongoing
CONTACTS:	Paud Murphy, General Secretary, HEDCO, 11 Ely Place, Dublin 2, Ireland; Sister Mary Molelle, Deputy Director, LDTC; James Hoxeng, S+T/ED AID, Washington, D.C. 20523, U.S.A.

DESCRIPTION:

The Lesotho Distance Teaching Centre (LDTC) was designed and set up by the International Extension College at the request of Lesotho's Ministry of Education in 1974. LDTC functions chiefly as a correspondence school, producing radio and print courses for students unable or unwilling to attend conventional classes, but it is a service agency too. The Centre's primary commitments are to using indigenous talent and resources, maintaining institutional flexibility, tackling local problems, and integrating itself into as many aspects of community life as possible.

The Centre comprises several departments: Administration and Finance, Research/Writing/Editing, Layout, Production, and Radio. Typically, all the departments play a part in every project, so almost all staff members are acquainted with the full range of the Centre's activities. These activities are of four basic but related types. The first is developing and producing instructional materials for various public and private organizations (e.g., the Bureau of Statistics, Lesotho Family Planning Association, Catholic Relief Services). This function usually involves the client organization in needs assessment while the Centre (acting in a supervisory capacity) gives advice and estimates costs before it gets involved in training people or developing and testing materials. The second is helping students study privately for certificates at the junior (after three years of secondary education) and "O" (after 5 years of secondary education) levels. The Centre offers courses in modern mathematics, bookkeeping and commerce, English, and agriculture. These courses entail the use of printed materials, radio broadcasts, intensive weekend-instruction sessions, or all three. The third activity, still in its preliminary stages, is addressing the basic educational needs of young drop-outs (particularly boys). Early efforts in this direction include the development of games aimed at improving the players' literacy and numeracy skills, the completion of surveys and basic research aimed at defining the needs and problems of this group, and drawing up a proposal (that UNICEF agreed to support in part) for developing learning materials with appeal to this and other disaffected groups. The fourth activity is producing booklets on practical subjects, such as cooking and first aid, for distribution to rural adults. A charge, often nominal (U.S. 5¢ in case of the cookbook), is made for all Centre services; but self-reliance, and not profit, is the justification.

LDTC makes special efforts to help public schools make use of its materials. It encourages unqualified primary-school teachers to enroll in its Junior Certificate courses by offering them fee reductions. It has also distributed three of its newly developed learning games to primary-school teachers on an experimental basis. At the secondary-school level, teachers who double as LDTC tutors unanimously claim that the training and course materials they receive at the Centre help them teach better in the classroom. In addition, some secondary schools carry LDTC's Junior Certificate materials in their libraries, and others have incorporated LDTC's broadcasts into regularly scheduled courses.

Since 1976, LDTC has gradually been moving under government auspices. Now officially a project of the Ministry of Education, LDTC is taking on an ever increasing percentage of Basotho staff at the top administrative levels and has acquired new headquarters on the Lerotholi Polytechnic campus.

RESULTS:

LDTC spends more time and other resources assessing the needs of its target audience than evaluating the final results of its products. The evaluation that does take place tends to be conducted on a project by project basis, and highly readable and carefully wrought reports (which are available to the public for the cost of postage) serve as guides to other education and development planners. A sampling of these reports imparts a feeling for the Centre's methods of research, priorities, and range of interests, but does not provide a precise measure of LDTC's impact.

A few LDTC projects have been assessed in quantitative terms. For example, a questionnaire filled in by the nurses at the Catholic Relief Services-sponsored clinics revealed that 20,000 copies of the cookbook produced by the Centre for CRS had been sold as of April 1976, that nurses believed that the books should be distributed to all women (not just clinic patients), that the number of recipes should be increased, that more recipes should call for only home-grown ingredients, and that more should be simple. (A parallel poll of the cookbook buyers confirmed these findings, which were made the basis of the revisions on the second run of 10,000 booklets.)

LDTC's staff, which numbered six in 1974, had grown to forty by 1977. In those same three years, the number of projects it was involved in during a single year grew from one in 1974 to four in 1977. In like manner, its economic base has grown more solid: in its first year of operations, its credits and debts balanced at around \$30,000; at the end of its third, its operating budget had increased by a factor of five and it had a small surplus with which to begin the new year. Student enrollments in courses of all types increased from 50 in 1974 to 840 in 1977, while the number of agencies to which the Centre contracted its services increased from two to ten. During 1977, about 20,000 booklets were distributed to individuals and groups.

OF NOTE:

- REKA ("Shopping," which is based on the University of Massachusetts' "Mercado" game), one of the games developed by LDTC to promote numeracy, uses two packs of cards — one represents money and one represents familiar goods. The game can be played at two levels of difficulty; one form usually entails good-natured shouting matches between the player designated as the shopkeeper and the "consumers."
- LDTC carries out research related to its activities. Typical publications include "A Test of the Best Way to Present a Correspondence Lesson," "Literacy in Lesotho," and "An Experiment with Educational Radio Spots." A major LDTC publication is *Understanding Print*, a continuation of the work of Holmes, Fuglesang, and others on the ways in which rural people understand illustrations and printed texts.
- A persistent problem LDTC encounters as a service agency is getting by financially during the time it takes for approved projects to receive funds.
- LDTC designed and produced handbooks, a newsletter, and a poster for the Thaba Bosiu Rural Development Project agents in charge of marketing improved seeds and fertilizers in rural Lesotho. It also worked up eight one-minute radio spots for the project and issued a short evaluative report on the overall effort.

REFERENCES:

- Untitled reports, Lesotho Distance Teaching Centre, 1976 and 1977.
- Understanding Print*, Lesotho Distance Teaching Centre, July 1976.
- Growth Centres in Lesotho*, Elize Moody, Communication of the Africa Institute, No. 29, Pretoria, 1975.
- "Catholic Relief Services Booklet Evaluation," Lesotho Distance Teaching Centre, January 1977.
- "Games to Learn by," Lesotho Distance Teaching Centre, undated.

Clearinghouse on Development Communication
January 1978

MAURITIUS COLLEGE OF THE AIR Mauritius

TARGET AUDIENCE:	Mauritian adults and children, especially those in unsubsidized secondary schools
OBJECTIVES:	To provide educational opportunities to learners outside the school system and to enhance in-school programs
MEDIA:	Radio, television, printed matter, interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The Mauritius Ministry of Education, the Voluntary Committee on Overseas Aid and Development; Technical Assistance: The International Extension College (Cambridge, U.K.)
DURATION:	Established in 1972; ongoing
CONTACT:	Mrs. M. Seetulsingh, Head, Production and Administration Department, District Courthouse, Moka, Mauritius

DESCRIPTION:

Chartered in 1971 and organized in 1972, the *Mauritius College of the Air* (MCA) is an education center staffed by fewer than 20 people and committed to the use of radio, television, correspondence, and face-to-face contact to reach Mauritians both within and outside the traditional school system. MCA's primary in-school audience has been the roughly 80 percent of all secondary school students enrolled in private schools (which receive little government aid). Its other constituents include teachers, students of vocational technology, business students, government employees, and other groups bound by special interests or needs.

MCA's orientation is practical in two ways: the college was designed to enhance rather than to replace the existing school system, and its courses cover what it considers most vital to the country's future well-being. The college's attempt to upgrade instruction at private schools amounts to the attempt to equalize educational opportunity since such schools typically have less qualified teachers and both poorer and fewer teaching materials than their government counterparts do. The college's claim to serve national goals has led to involvement in community-development campaigns, in career counselling, in vocational education, and in teacher training.

In conjunction with in-school programs, the MCA provides each participating class with a television set and a radio, and each student with several 30-40-page instructional booklets. It also conducts seminars for classroom teachers (at which the coursework is previewed and evaluated, and related class projects are planned). Since 1973, programs conducted in secondary schools also feature a liaison service: liaison officers report on teachers' interest in and response to seminars and classes while keeping the teachers informed about the MCA's activities.

Nonformal education projects have characteristically involved radio broadcasts backed up by regularly scheduled tutorials or seminars and by printed self-study aids. Some such projects have allowed individual learners to progress at their own pace, while others have been geared toward group learning.

RESULT:

The number of student/subjects enrolled in MCA's secondary school courses increased from 3,432 in 1973 to 12,120 in 1974. The number of schools that volunteered to cooperate during that same period increased from 34 to 61. By 1976, however, the participation had declined to about 7,500 student/subjects in 44 schools — a direct reflection of MCA's commitment to the program vis-à-vis its other commitments.

Self-evaluation has been a chief determinant of MCA's evolution. The college has dropped Creole-language broadcasts in conjunction with on-the-job education programs because the courses seemed too demanding for the audience. It has dropped some of its industrial arts courses for want of trained instructors and curricula specialists. It has also de-emphasized its independent study courses in the belief that the college's resources should be marshalled to serve the many rather than the few. On the other hand, its successful involvement in *Ma Vie De-main* (a family planning campaign sponsored by the government) and in multi-media correspondence courses (such as "The Language of Business" for professionals) will influence its future direction.

The *Mauritius College of the Air* will in the future develop a public awareness program on the trade union movement, set up study centers and tutorial services for children and adults without access to traditional schools, strengthen its self-evaluation capabilities, and develop basic communication and numeracy courses for primary school drop-outs.

OF NOTE:

- Participants in the teacher-training courses were given the option of taking a course in one year, 18 months, or two years, and were not forced to decide until after they had worked the first lesson of the series.
- In 1973, the Ministry of Education offered to increase its financial and technical assistance to MCA if the college would intensify its involvement in secondary schools and scale down its experiments in nonformal education. The fivefold increase in student enrollment that followed led to the first direct government subsidy in 1974.
- The MCA maintains close ties to the colleges set up in Botswana and Lesotho by the International Extension College.
- The practical courses selected to replace subjects like Bible knowledge, British Constitutional History, and Latin in the secondary schools were introduced at the Form I level since examination pressures are weakest there.
- Efforts once channelled into now defunct agricultural education programs will soon be redirected into the government's national "Grow Your Own Food" campaign.
- When an increase in the cost of textbooks coincided with a book shortage in January 1977, the demand for MCA courses increased.

REFERENCES:

- "The Mauritius College of the Air (1972-1975): Three Year's Work," MCA, April 18, 1977.
"Annual Report of the Mauritius College of the Air: 1976-1977," MCA, (undated).

Clearinghouse on Development Communication
October 1977

RADIOPRIMARIA

Mexico

TARGET AUDIENCE:	Primary-school children (especially fourth-, fifth-, and sixth-graders) in the environs of the city of San Luis Potosí (approximately 2,075 children in 1975)
OBJECTIVES:	To increase the number of primary-school children served by six-grade primary schools without increasing the cost of the public educational system
MEDIA:	Radio, print, some visual aids, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Mexico's Secretariat for Public Education
DURATION:	Begun in 1970 after a one-year pilot; ongoing as Audioprimeria
CONTACTS:	Concepción Rivera Guzmán, Directora, <i>Radioprimeria</i> , Mexico's Secretariat for Public Education, Dirección General de Materiales Didácticos y Culturales, Mexico; Peter L. Spain, University of New Hampshire, 53 Frost Dr., Durham, NH 03824, U.S.A.

DESCRIPTION:

Radioprimeria is a response to a shortage of teachers that is itself a reflection of a shortage of education funds. It was designed by Mexico's Secretariat for Public Education (SEP) to increase the number of Mexican primary schools at which instruction at all six grade-levels is offered. In practical terms, it enables one teacher to handle the three higher grades by shifting part of the teaching burden to the radio. The governing idea is that four teachers plus educational radio broadcasts can do the work of six teachers and do it at a relatively low total cost. The radio is not supposed to replace or displace classroom teachers but to buttress and to extend their efforts. It was originally intended to permit four- and five-grade schools to offer the complete primary curriculum and primary certificates.

The instructional radio lessons are prepared by eight radio teachers in DGEAD's (Dirección General de Educación Audiovisual y Divulgación) broadcast studios in Mexico City. They are then bussed 260 miles northwest to Station XEXQ at the University of San Luis Potosí, which broadcasts them without charge from 9:00 a.m. to 1:45 p.m. on Monday through Friday. These lessons typically occupy 90 minutes of each five-hour school day. Eighty percent of them are directed toward all three upper grades, while the remaining 20 percent are geared toward specific grades. All make repeated reference to the textbooks distributed free by SEP to all Mexican primary schools, all are discussed in a fortnightly mimeographed teacher's guide and program schedule ("*Correo de Radioprimeria*"), and a few are accompanied by visual aids. The 563 programs needed for a school year are broadcast at the rate of four per day and focus on Spanish, arithmetic, science, and social studies.

Radio-classroom teachers, most of whom commute either daily or weekly between their homes in the city and the rural communities they serve, are given an introduction to the *Radioprimeria* system, but teacher turnover is so great that some confusion and misunderstanding on their part is inevitable. Similarly, they are supposed to be subject to supervision and periodic on-the-job inspections, but controls have been exercised in a hit-and-miss fashion. On the other hand, much is required of both the inspectors and the teachers. Inspectors, for example, are expected to furnish their own transportation for use on the job, while many teachers personally supply the classroom radio. Neither transportation nor radio maintenance is provided systematically by SEP.

Enrollment in *Radioprimeria* has fluctuated. Originally, 49 schools (and some 2,800 children) representative of those eventually to be served by a nationwide *Radioprimeria* system were involved in the program. The number of involved schools dropped for several consecutive years before climbing to 65 in 1975. However, the *Radioprimeria* lessons are now directed only at fifth-graders, so the total number of children reached by *Radioprimeria* is smaller (2,075).

Other changes of importance are the switch to a larger radio transmitter in 1973, which expanded *Radioprimeria's* reach by 20 to 40 kilometers in all directions, and the introduction of a new lesson format in 1974 that features dramatized interchanges between teachers and students instead of lectures.

RESULTS:

The lack of strictly comparable control groups, reliable enrollment statistics, and other evaluative tools clouds the meaning of data on *Radioprimeria's* impact. However, investigations of the project's effectiveness have been quite far-reaching, taking into account community attitudes toward education in general, employment patterns and prospects, and both technical and administrative pitfalls, as well as test scores and other conventional indicators of educational success.

Children in the radio classrooms perform at least as well as their counterparts in regular classrooms do on standardized achievement tests. But this finding must be viewed in light of the fact that the great majority of radio classes (an estimated 80 percent) are in schools that had six grades before the project began (and are thus not the intended beneficiaries). Moreover, power failures, other technical problems, a lack of administrative guidance, shortages of resources, and teachers' reluctance to use the system have all militated against *Radioprimeria's* success. When 44 radio schools were visited by evaluators in 1972, for example, one was inexplicably closed while 18 others were not making use of the radio lessons.

Surveys conducted in 1972 of teachers' pedagogical beliefs, the activities of primary-school graduates in the San Luis Potosí area, attitudes of rural people in the area toward rural education, and the local job market revealed that students, their families, their teachers and their prospective employers regard a primary certificate as an employment credential that is necessary but not sufficient. These studies showed that few primary-school graduates make practical use of their educations and that while most do not leave their hometowns, the few who do move to the city cannot expect their schooling to win them jobs in an employment market flooded with secondary-school graduates.

OF NOTE:

- Most lessons are used year after year, so a child who has spent three years in a radio classroom has heard some of the taped broadcasts three times.
- Before 1975 (the last year the project covered students other than fifth-graders), students in radio classrooms were expected to engage in private study while lessons not intended for their grade were broadcast.
- Well over one hundred schools request the *Correo*, even though only 65 of them make use of the radio broadcast. Apparently, the *Correo* helps teachers in ordinary classrooms prepare their courses.
- An objective of *Radioprimeria* at the project's outset was to extend educational opportunities via radio to people over 15 who had not finished primary school. Nothing has been done to realize this objective, however.
- Although public education commands the largest single share of Mexico's national budget, only about a fifth of Mexico's primary schools have the full six grades.
- *Radioprimeria* is thought to have a large incidental audience composed of adult listeners in Mexico City and San Luis Potosí. Some broadcasts are also picked up by classrooms not involved in the program, though the number is not known.

REFERENCES:

- "The Mexican *Radioprimeria* Project," Peter L. Spain, *Radio for Education and Development: Case Studies*, Vol. I, World Bank Staff Working Paper No. 266, May 1977.
- Radio for Education and Development*, Dean T. Jamison and Emile G. McNany, Sage Publications, 1978.

Clearinghouse on Development Communication
July 1978

TARAHUMARA RADIO SCHOOLS

Mexico

TARGET AUDIENCE:	Children and other residents of the Tarahumara Sierra (especially its 50,000 Indians)
OBJECTIVES:	To meet the practical and academic needs of Tarahumaran Indian children and adults by increasing their social and employment opportunities while reinforcing their cultural identity
MEDIA:	Radio (until 1974), printed materials, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The Catholic Church as represented by the Vicar Apostolic of the Tarahumara region; limited support from agencies of the Mexican Government
DURATION:	Begun in 1955 as extensions of the 50-year-old Jesuit-run educational programs; granted legal status as a part of Mexico City's Iberoamerican University in 1957; ongoing in modified form (without radio)
CONTACTS:	Director, Jesuit Mission Headquarters, Sisoguichi, México; Sylvia Schmelkes de Sotelo, Centro de Estudios Educativos, Avenida Revolución 1291, México 20, D.F. México

DESCRIPTION:

The *Tarahumara Radio Schools* (TRSs) have roots in the Jesuit missions that have operated in the Sierra Tarahumara since 1900. But while the charter of the children's boarding school that opened in 1900 called for the eradication of "barbarism, pagan atmosphere, and ignorance," the schools have not weathered pedagogical revolutions unfazed. Emphasis now falls upon practical education informed by Freirean precepts — though the sobering difference between goals and achievements, particularly with respect to reaching the target audience, cannot be denied.

The 1970s have been uneasy times for the TRSs. Alarmed by high dropout and absentee rates and aware that the schools were benefitting primarily the Spanish-speaking population rather than the Indians for whom they were principally intended, TRS project authorities asked the Centro de Estudios Educativos to assess the schools' impact. In 1971, members of this Mexico City-based research organization visited the Sierra Tarahumara to collect information on TRS teachers, students, graduates, and the families of students. To redefine the objectives and functions of the schools, they had first to calculate the true impact of existing objectives and functions.

At the time of the study, 46 schools that together served 1,081 students dotted the ten Sierran municipalities. Each school had one or two auxiliary teachers. These auxiliaries, themselves educated only through primary school, organized the classes around radio broadcasts (of government-selected curricula) transmitted centrally from mission headquarters in Sisoguichi, counselled students and checked their work, and attended summer training courses in teaching methods and the subjects they taught. The classrooms they supervised typically contained students of all four primary grades. To accommodate the mixed needs of all students, the radio programming covered a different subject each hour, devoting 15 minutes to each grade level. Students tuned in for one quarter-hour segment each hour, completing written exercises for the remaining 45 minutes until a new subject was taken up. Five of the 46 schools open in 1971 were boarding schools whose students returned home on the weekends.

Several sweeping changes had taken place by 1975, the most important of which was that radio use was dropped entirely. In addition, summer courses for auxiliary teachers had replaced the goal of proficiency in subject matter and methodology with that of mastery of local customs and language. New bilingual teaching methods had been put into use, the unintegrated schools had been shut down, and both school supervision and materials had been upgraded.

RESULTS:

While the lengthy statistical and analytical evaluation conducted in 1971 showed that the TRSs prepare fourth-grade students about as well as do schools in the capital, such a tiny proportion of TRS students finish the fourth grade that the more important questions relate to the determinants of enrollment in and completion of the courses. To answer such questions, the research team identified many predictors of success in the children's socioeconomic environment.

Tarahumara Indians, few of whom speak Spanish and thus comprehend the Spanish broadcasts, fared less well than their non-Indian peers in overall mean achievement (in language but not arithmetic skills) and were much more likely than their counterparts to fall farther behind as they advanced through the grades. These results, researchers contend, together suggest that cultural and linguistic factors militated against Indian children in the program. Variables that correlated with interyear dropout rates included opportunity costs (what it costs to replace or do without a child's help at home or work), the level of the child's father's education, and the child's ethnic background. To the population sample, education appeared to have more to do with prestige or with some notion of school as an innate good than with the expansion of employment opportunities — a finding confirmed by employment data as well as by interviews with students, graduates, and their families.

The evaluation, which was used as a basis for some of the changes made in the program in the early 1970s, also covered teachers' qualifications and duties, school policies, and the curriculum.

OF NOTE:

- Since 1971 the Tarahumara Sierra has been the site of Presidential visits and of development activities sponsored by the National Indian Institute, the Administrative Committee for the Federal Program of School Construction (which has built boarding schools to prepare Tarahumaran community-development workers), the Ministry of Public Works, and the National Institute of Rural Community Development. The thrust of the projects initiated by these agencies is toward the integration of the Tarahumara into Mexico's national life.
- Radio use was discontinued partly because delays caused by equipment failures interrupted the flow of instruction.
- One reason the reforms proposed after the 1971 study failed is that missionaries with 15 years of experience in the radio schools were understandably leery of adopting sweeping changes suggested by outsiders. They also resisted the idea of shifting the program's emphasis away from reaching young children.
- Although designed from the beginning to serve young children in a formal school setting, the TRSs were influenced by Colombia's *Radio Sutatenza* — a nonformal education program primarily for adult *campesinos*.
- Some of the factors that have governed the evolution and reform of this project are those that impede "education for development" in many Third World countries. The Sierra Tarahumara is an agricultural region, one of Mexico's remotest and most mountainous areas. Its dispersed population consists of Indian and non-Indian (mainly *mestizo*) groups that have not mixed except in commerce, and its resources have been exploited primarily by non-Indians and outside companies.

REFERENCES:

- "The Radio Schools of the Tarahumara, Mexico: An Evaluation," Sylvia Schmelkes de Sotelo, *Radio for Education and Development: Case Studies*, Volume I, World Bank Staff Working Paper No. 266, May 1977.
- Radio For Education and Development*, Dean T. Jamison and Emile G. McAnany, Sage Publications, 1978.

Clearinghouse on Development Communication
July 1978

RADIO MATHEMATICS Nicaragua

TARGET AUDIENCE:	Primary-school children in Nicaragua
OBJECTIVE:	To develop a prototypical system for teaching elementary mathematics
MEDIA:	Radio, reinforced by classroom instruction and printed materials
DONORS/SPONSORS:	The Technical Assistance Bureau of the U.S. Agency for International Development; the Government of Nicaragua
DURATION:	Initiated in July of 1973; ongoing through June of 1979
CONTACTS:	Dr. Klaus Galda, Institute for Mathematical Studies in the Social Sciences, Ventura Hall, Stanford University, Stanford, CA 94505, U.S.A.

DESCRIPTION:

The Radio Mathematics Project is an attempt to design and broadcast elementary math lessons that hold children's interest. One part of the project is curriculum development. Another is the creation of a way to use performance data to revise and improve the lessons. A third is the analysis of the mathematical skills and concepts taught in the lessons. Underlying all three activities is the development of radio as an instructional medium.

The project began in July of 1973. Once the staff had selected the site, it prepared a detailed research plan and tested sample lessons in California schools. By mid-1974, the Nicaragua office was organized and was developing both achievement tests and procedures for the program. By 1975, 150 lessons were being used in 16 experimental classrooms. More than 85 first and second-grade classes were using the radio math lessons as of the summer of 1976.

Each radio math lesson consists of a 30-minute recorded portion and a post-broadcast portion conducted by the classroom teacher with the help of a two-to-three-page guide. A typical lesson consists of many discrete instructional and entertainment segments, all but a few of which require an average of four active responses (writing answers, responding aloud, singing) per minute from the student. The lessons rely on little direct explanation, cover many topics, and elicit several kinds of responses from the children. Post-broadcast activities take up at least 30 minutes and involve use of the blackboard. Until 1975, worksheets were also part of almost every lesson.

RESULTS:

A year-end achievement test given in 1975 showed that children in classes that used the radio math series scored 21 percent higher than their peers who studied math in a traditional learning environment. The second-year evaluation revealed an even greater disparity. First-graders performed 60 percent better than their counterparts in the control group, while second-graders had a 29 percent edge over their counterparts.

At the close of the 1975 school year, 73 percent of the participating teachers said that the children in the radio math program learned more than they would have in the conventional classroom. Ninety-two percent voiced the hope that the radio instruction program would continue.

With AID support, the *Radio Mathematics Project* has been extended through June 1979. Current efforts revolve around revising the curriculum, experimenting in the use of radio instruction without the worksheet component in order to cut costs, and extending the radio project to include students in higher grades.

OF NOTE:

- One lesson in the *Radio Mathematics* series was awarded the Japan Prize in the 11th bi-yearly International Educational Programme Contest, to which 92 organizations from around the world submitted entries.
- The *Radio Mathematics Project* was expanded at the behest of the Nicaraguan Ministry of Education to bring radio lessons to three different departments of the country.
- At least once a minute in every radio program, students are invited to respond actively to what they hear.
- Bottle caps and other locally available cost-free items are used in the classroom as counting aids.

REFERENCES:

"*The Radio Mathematics Project: Nicaragua 1974-1975*," Barbara Searle, Jamesine Friend, and Patrick Suppes, Institute for Mathematical Studies in the Social Sciences, Stanford University, Stanford, California, 1976.

"Evaluation of The Radio Mathematics Project," Barbara Searle, Paul Matthews, Jamesine Friend, and Patrick Suppes, unpublished, October 1976.

Clearinghouse on Development Communication
June 1977

TÉLÉ-NIGER

Niger

TARGET AUDIENCE:	Nigerien children between the ages of about seven and twelve (approximately 700 children in the pilot phase and 9,000 children in 1975)
OBJECTIVE:	To provide rural children with an education that will equip them for rural life and that will in general foster rural development and not urban migration
MEDIA:	Television, printed materials, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The French Government (through 1971) and the Nigerien Government
DURATION:	Conceived in 1963; implemented in 1964; ongoing
CONTACTS:	L. Theresa Silverman, Assistant Professor, Department of Journalism & Mass Communication, New York University, 1021 Main Bldg., New York, New York 10003, U.S.A.; Max Egly, L'Agence de Cooperation Culturelle et Technique, 13 Quai André Citroën, 75015 Paris, France

DESCRIPTION:

With the education mandate of the 1961 UNESCO meeting of African ministers still fresh in its policy-makers' minds and with only 5 percent of its school-aged children enrolled in classes in that year, Niger began an assessment of its educational sector that prompted it to ask France for help in reforming and expanding existing educational services. Talks between representatives of the two nations got underway in 1963, and by 1966 Télé-Niger was a reality to the 22 monitors and the roughly seven hundred children involved in the pilot phase. Designed to test the effectiveness of "active education" in a setting typified by shortages of money, technical skills, hardware, and trained teachers, the project reflects Niger's commitment to meeting the educational needs of rural folk without turning schooling into either a passport to overcrowded cities or into a mold for an agricultural stereotype. In the shorthand of pedagogues, the project's goals are ruralization, integration, and dynamism.

Television was selected as the primary educational medium for several reasons. It obviates the need for highly skilled teachers. It is capable of reaching remote areas on a regular basis. It is democratic, insofar as all the children in the original classrooms receive teaching of the same quality and insofar as "television teachers" cannot very well play favorites. Moreover, the French were willing and able to provide the technical assistance that a television operation would require. Another factor related to the use of television, the utter novelty of TV in Niger, was exploited creatively and to advantage but was apparently not decisive at the planning stages of the project.

A key feature of Télé-Niger is the presence in every classroom of a monitor. Subjected to ten weeks of in-service training, semi-annual refresher courses of from seven to ten days each, regular meetings with counselors, and brief TV broadcasts designed to clarify lessons and duties, the monitor is equipped to handle the children's questions and typical classroom crises. Yet, it is axiomatic that the monitor not be a highly educated professional: using skilled labor where semi-skilled labor is more than adequate would defeat part of the purpose of the project. More important, the monitors as a group have greatly surpassed the expectations of those who designed the project and hired them, perhaps because the monitors' lack of preconceptions allowed them to be quite open-minded and empirical in their supporting roles in the classroom.

The production of the television programs, originally but no longer in the hands of French experts, takes place at studios in Niamey. Production equipment is fairly simple — video tape recorders, cameras, work rooms, store-rooms, transmitters and a few other pieces of hardware — but production values have kept curriculum specialists and technicians from falling into ruts. The ingredients of each program (manual activities, games, skits, written exercises, etc.) vary from day to day, and the effort required to keep the math teacher apprised of what the French teacher or geography teacher is up to can be exhausting. This effort bears fruit, however, and some production features have survived evolution and perpetual experimentation: the "pedagogical variety show," "diversified repetition," review via concise "commercials" for previously studied concepts, and the treatment of each lesson as both a self-explanatory component and a part of a broader package of programmed instruction have proved their worth and weathered well.

RESULTS:

No rigorous evaluation of all aspects of Télé-Niger has ever been conducted, partly because research was from the beginning accorded less priority than production and partly because no control group was isolated in the early days of the project to use as a basis of comparison. Outside observers have, however, conducted several small-scale studies, and in-house formative research has been conducted routinely since the inception of the project. The key components of this internal research have been anthropological descriptions of local culture by the foreign staff, studies of how Nigerien children relate to the pictorial image, interviews with village children, recorded observations of the dynamics of the classroom, and feedback culled from the written work of the Télé-Niger participants.

What has been established to the satisfaction of the Télé-Niger staff is that the TV classrooms are not besieged by the problems that surrounded the traditional Nigerien classroom: poor attendance, high dropout rates, and a high incidence of grade repetition. The dropout rate among regular primary school students in the 1960s, for example, approached 40 percent while 674 of the original 716 students enrolled in Télé-Niger classes in 1966 finished the four-year cycle in 1970 (a dropout rate of less than 6 percent). Similarly, the children were loathe to skip school: a one-week experiment in which the classes were unmonitored revealed that attendance and attention in the unsupervised classrooms remained high. A later UNESCO study corroborated these findings: its executors found that the content, if not the language, of the broadcasts was truly local, that the programming encouraged openness to experience as well as knowledge acquisition, that the medium of television was exploited positively and creatively, and that the project made good use of semi-skilled people in the classroom. Finally, the project has expanded to include some 9,000 students (some of them urban) and has been taken over completely by Nigeriens.

The problems identified in various studies relate to the use of French in the broadcasts and to the quality of education received by students in the television classroom. In particular, TV students performed less well than students in the traditional classroom in standardized math and grammar tests. To help assuage this problem, a fifth year was added to the televised curriculum in 1970.

OF NOTE:

- All but the simplest camera shots were avoided until the children became accustomed to the medium of television. Close-ups, angle shots, cutaways, and other sophisticated techniques were introduced only gradually, so that the students were not forced to come to grips all at once with an alien visual language.
- The appeal of television's "concrete" message has proved strong in Niger, where "truth" is defined as knowledge based upon what can be seen and where the language of instruction (French) is not the language spoken in the students' immediate environment.
- The commitment of the television teachers to the new methods was shaky in the early years of Télé-Niger both because they were ill-served by their training in established teaching techniques and because they tended to feel that they would eventually return to the conventional classroom.
- The minimum age of admission to the Télé-Niger program was established on the basis of a traditional Nigerien concept of maturation, *Lakkal* — a combination of intelligence, savoir-faire, acceptable social behavior, power of memory, and the ability to adapt.
- The chief difference between the Télé-Niger approach to education and the conventional Nigerien approach relates to the child's verbal expressiveness. Traditionally, a Nigerien child is expected to be silent in the presence of adults, whereas the Télé-Niger approach emphasizes a child's right to question and respond vocally to his environment and to adult company.
- The Télé-Niger approach has been schematized as a "double funnel": children are encouraged to gather raw materials and data from real life, to analyze and order that knowledge and those materials in the classroom, and to reintegrate what has been learned into quotidian life.

REFERENCES:

- "Télé-Niger: Adapting an Electronic Medium to a Rural African Context," Theresa Silverman, Information Bulletin Number 8, Clearinghouse on Development Communication, October 1976.
- "La Télévision Scolaire du Niger. 1964-1971" (11 volumes including *Rapport Général*), Association Universitaire pour le Développement de l'Enseignement et du Culture en Afrique et à Madagascar, France, December 1974.
- "Télé-Niger: des Dimensions Modestes . . ." and "Télé-Niger Douze Ans Après," *Direct*, 1975.

RURAL RADIO EDUCATION PROJECT

Paraguay

TARGET AUDIENCE:	Rural out-of-school children and adults (approximately 700 students in 1978)
OBJECTIVES:	To provide primary level instruction to rural people via radio; to experiment with different methodologies and techniques for providing rural radio education; to help the Ministry of Education and Worship in Paraguay institutionalize mechanisms for making rural radio programs feasible and effective
MEDIA:	Radio, print, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The Center of Tele-Education of the Ministry of Education and Worship, Asunción, Paraguay, and the U.S. Agency for International Development
DURATION:	Begun in 1976; ongoing
CONTACTS:	Lic. Mabel Palacios Moringo, Directora, Centro de Tele-Educación, Ministerio de Educación y Culto, Asunción, Paraguay; Donald Swanson, Academy for Educational Development, 1414 22nd St., N. W., Washington, D. C. 20037, U.S.A.

DESCRIPTION:

Paraguay's Ministry of Education and Worship became involved in the production of educational radio broadcasts four years before the *Rural Radio Education Project (RREP)* took shape. Since 1972, it had supported the annual production of between 50 and 60 hours of radio programming for use in primary and secondary schools. Sponsoring *RREP* thus entailed the expansion, rather than the creation, of administrative and technical capabilities in order to produce roughly 300 hours of programming per school year. With a five- to sixfold increase in production, the Ministry hopes to offer rural Paraguayans, many of whom have no access to schools with full six-grade curricula, the chance to complete primary school. Accordingly, the Department of Caaguazú was selected as the project site because its educational needs and handicaps are typical of rural Paraguay's and program emphasis was placed on courses at the upper primary grade levels.

The Department of Tele-Education spent 1977 designing the radio curriculum and the instructional materials, preparing and pre-testing radio lessons, and conducting on-site research activities. During this period, department members developed 540 instructional programs at the third- and fourth-grade levels, along with companion materials in print, and made plans for producing these radio programs. Their research efforts consisted primarily of studying the student-age population of Caaguazú and its radio-listening habits, and of selecting four towns in Caaguazú as test sites and organizing project centers in them.

The second year of the project, 1978, was dedicated to improving and building upon the foundations laid during the first. The first 540 programs went into production while outlines for the second 540 (the fifth- and sixth-grade lessons) were drawn up. Broadcasting via a commercial radio station began, and research activities and field-testing continued.

On the brink of full-scale implementation, the project as of mid-1978 serves over 700 students and includes 45 learning centers (at which anyone with two years of formal schooling can take *RREP's* entrance exams and students in the program meet in groups and receive the help of volunteer monitors). The completed lessons cover language (including Spanish as a second language), mathematics, social studies, science, health and nutrition, and communication. These lessons are broadcast in 15- to 20-minute programs on weekdays.

RESULTS:

The *Rural Radio Education Project's* evaluation component has not been running long enough to permit an evaluation of learning gains. However, evaluative activities have been conducted in conjunction with this project since its inception, and preliminary findings have influenced the project's evolution. High interest among members of the community (particularly with respect to enrollment and attendance) and among radio-station owners (who have volunteered to rebroadcast programs and to dedicate prime time to some *RREP* broadcasts) are especially positive indicators of the project's impact. These indicators make some of the potential handicaps uncovered in baseline and first-year research — the prevalence among the listeners of serious social problems such as alcoholism, for example, and the difficulties posed to some *RREP* students by Spanish-language broadcasts — easier both to cope with and to put into perspective. Formative evaluation efforts have also showed that the listening audience has a strong interest in music and sports, one of many findings that poses no problems but gives the programmers some guidance.

The first comprehensive evaluation of student gains will get under way in March of 1979 at the end of the first full cycle of classes. Eventually, cost-benefit analysis will be conducted, the effectiveness of the various program components (radio, monitor/aid, etc.) will be assessed, and the relative gains made in all the communities involved in the project will also come under scrutiny.

OF NOTE:

- The use of free commercial radio is fundamental to the conception and the success of the *Rural Radio Education Project*.
- To meet the mixed demands of the learners, the educational broadcasts are in *Guarani* and Spanish while all the printed supplementary materials are in Spanish.
- Broadcasting began under extremely adverse conditions. Production took place in a borrowed studio, and power failures in both the stations and the listeners' homes were frequent.
- Before curriculum design could proceed apace, the Ministry of Education had to agree upon a precise definition of "primary instruction." Only then could the Ministry successfully undertake the formidable task that took up the first year of the project — creating from scratch a rural radio primary-school curriculum.
- A special series of Saturday-morning broadcasts aimed at familiarizing the population of Caaguazú with radio-education techniques was conducted throughout the first year of the project. The broadcasts were also used to win over regular schoolteachers, many of whom felt threatened by the new system.
- A series of pre-project interviews revealed that 70 percent of the population regarded agriculture as the most important lesson theme. Hence, agricultural information and advice are woven into the coursework, particularly into the literacy and language courses.
- Test sites also serve as administrative centers.
- While *RREP* workbooks have been received enthusiastically, less expensive alternatives to them may have to be developed.

REFERENCES:

- "Annual Report: Rural Radio Education/Paraguay," Academy for Educational Development, January 1978.
Unpublished project documents, Academy for Educational Development, 1976, 1977, and 1978.

Clearinghouse on Development Communication
July 1978



THE CANDELARIA PROJECT

Colombia

TARGET AUDIENCE:	Colombian families in the state of Valle (approximately 7,000 people in the pilot phase)
OBJECTIVES:	To provide comprehensive health services (with special emphasis on nutrition and family planning) to the rural poor
MEDIA:	Print, calendars, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The Colombian Ministry of Health, the University of Valle Medical School, and the Rockefeller Foundation
DURATION:	University-directed preliminary activities, 1958-1967; Experimental Phase, 1968 to 1974; project expanded to include other sites, 1974-present
CONTACTS:	Alberto Pradilla, Coordinator, Editor of the <i>Candelaria Papers</i> , Fundación para la Educación, Apartado Aereo 2805, Cali, Colombia; Dr. Alfredo Aguirre, Dept. of Social Medicine, Medical Faculty, Universidad del Valle, Apartado Aereo 20353-2188, Cali, Colombia; Jaime Rodriguez, Director, PRIMOPS, Cali, Colombia

DESCRIPTION:

The *Candelaria Project* was born of information and insights gleaned from several studies and short-term medical interventions conducted between 1958 and 1968. Ten years of research and practice in Candelaria County revealed, among other things, that almost half the area's pre-school children suffered from malnutrition, that the principal causes of childhood illness and death were gastro-intestinal and other preventable diseases, that fewer than 15 percent of the houses in the area were fit for human habitation, and that 84 percent of the homes in the project area had no sewage connections. In short, medical researchers came to the conclusion that the chief determinants of health — indeed, of survival itself — were socioeconomic factors such as income levels, employment rates, and land-tenure practices. At the same time, they found, health resources were scarce and expensive, too much emphasis was being placed upon curative measures and too little on preventive medicine, and both education and the coordination of health services were being neglected.

With these findings uppermost in mind, project planners from the existing Candelaria Health Center developed a program aimed at eliminating malnutrition. Because they were convinced that few medical problems require the attention of highly trained physicians, they designed the project to make maximum use of "promoters," young female paramedics who doubled as health educators. These promoters were recruited from the locales in which they were to serve and received six weeks of training. They were compensated with certificates, Christmas presents, and the opportunity to further their training as nurses' aides. Their work consisted of paying visits to every family in their community at least once every eight weeks. During these visits, the promoters looked for signs of malnutrition and for causes of death and disease, gathered data on the health of each family's children, dispensed information on health and nutrition, and identified cases requiring a doctor's care.

Health cards and Mother's Almanacs were distributed routinely by the promoters in this project. A health card was kept for each child under five years of age by the child's mother. The "Almanac" — actually a wall calendar imprinted with visual messages on family planning, infant feeding, sanitation, hygiene, and other health-related subjects — featured different reminders each month.

The promoters formed the backbone unit of the project, but their efforts were integrated with those of a service unit (staffed by nurses, nurses' aides, and midwives) that handled medium risk cases and by a third unit (consisting of a medical student and a registered nurse) that handled the most serious cases.

RESULTS:

The site of various university-supervised medical interventions during the decade preceding the beginning of the comprehensive health project, the county of Candelaria was not a typical community in 1968. Nevertheless, significant positive changes in health status have been registered since the beginning of the family-care program — in spite of a 25-percent decrease in purchasing power and a substantial decrease in nutrient consumption during the time under consideration. The overall birth rate fell from between 50 to 60 per 1,000 during 1960-1968 to 45 per 1,000 during the following four years. At the same time, natality rates decreased from between 57 and 60 per 1,000 during the first period to 41 per 1,000 in the second.

General health and nutritional gains have been astonishing in light of reduced economic circumstances. As a result of programs to immunize mothers and supervise midwives, neonatal tetanus has disappeared from the area. The incidence of diarrheal disease has decreased from 16 percent to 5 percent as a direct consequence of the *Candelaria Project*, and the prevalence of malnutrition among pre-school children has decreased by 25 percent (by 30 to 40 percent for children who entered the program as infants).

Once the experimental phase closed, the project was expanded and it now covers the whole State of Valle. Like the pilot, the expanded project is aimed at turning every mother into a health "promoter" within her family.

OF NOTE:

- Promoters received continuous in-service training aimed at improving their performance and addressing problems encountered on the job.
- Besides motivating the promoters and providing medical care, members of the service unit analyzed the questionnaires and other materials and information collected by the promoters.
- The Colombian Ministry of Health requires all medical graduates of the social medicine program of the University of Valle to serve in a rural area for one year after graduation.
- During the time the project was being designed, a law that would have obliged 18- to 20-year-old women to render one year of compulsory social service was under review. The law never passed, but some of the women in question became interested and involved in the project nevertheless.
- In 1966, the *Candelaria Project* area was identified as one in which "masked infanticide" occurred. In other words, some desperately poor and harried parents with too many children did not seek medical help when one of their children was stricken by an easily curable disease such as diarrhea and allowed their child to die.
- Some evidence shows that the same socioeconomic factors that determine the health of the rural poor in the project area are radically transforming the structure of families in ways that demand increasingly large social and political sacrifices of mothers.
- The "Candelaria Papers" are now being edited for publication by members of the Fundación para la Educación Superior.

REFERENCES:

- "The Candelaria Project," Alberto Pradilla, *Report on Conference and Workshop on Non-formal Education and the Rural Poor*, edited by Richard O. Niehoff, Michigan State University, 1977.
- "Colombia: The Family in Candelaria," Dr. Alfredo Aguirre, *Studies in Family Planning*, No. 11, April 1966.
- "Newer Community Approaches" in *Nutrition Programs for Preschool Children*, edited by Derrick B. Jelliffe and E. F. P. Jelliffe, Zagreb Ministry of Health, 1975.

Clearinghouse on Development Communication
July 1978

THE DANFA COMPREHENSIVE RURAL HEALTH AND FAMILY PLANNING PROJECT Ghana

TARGET AUDIENCE:	Between 50,000 and 60,000 residents of 200 villages north of Accra
OBJECTIVE:	To make integrated health services a key part of rural development
MEDIA:	Film, flipcharts, interpersonal contact
DONORS/SPONSORS:	University of Ghana Medical School, with assistance from the School of Public Health of the University of California at Los Angeles, Ghana's Ministry of Health, Ghana's Department of Social Welfare and Community Development, the Planned Parenthood Association of Ghana, the Greater Accra Regional Administration, and the U.S. Agency for International Development
DURATION:	Conceived in 1967; in operation by January 1970; ongoing
CONTACTS:	Dr. S. Ofosu-Amaah, Department of Community Health, University of Ghana Medical School, Accra, Ghana; Dr. Alfred Neumann, School of Public Health, University of California, Los Angeles, California 90024, U.S.A.

DESCRIPTION:

The Danfa Comprehensive Rural Health and Family Planning Project reflects the goals and priorities of the University of Ghana's Department of Community Health, its parent organization. The Danfa clinic serves rural villagers in much the same way that Ghana University's faculty of medicine hopes its graduates will — by integrating medical and social services to promote community development. The emphases of the project fall on preventive medicine, the health of the family as a unit, and the involvement of villagers in actions and decisions that affect their well-being. All project activities are in some sense educational: the target audience receives new information with which to form a broad understanding of the relation of habit and environment to health, and the medical students who serve on the staff of the clinics gain a realistic perspective on the challenge posed by the village to the university-trained doctor. The *Danfa Project* has an experimental dimension too, so careful record-keeping and cost analysis have been included in every stage of the project.

Seven villages (including Danfa, the project's headquarters) located north of Accra were selected in 1967 as the first project sites. In informal discussions, the chiefs, other community leaders, and representatives from the then Department of Social and Preventive Medicine (now the Department of Community Health) identified the various communities' felt needs (which varied from village to village), agreed upon the need for a clinic, and made arrangements for the villages to supply skilled and unskilled labor for the project on a regular basis. Though progress was hampered by inhospitable weather (which precipitated employment-related and other economic problems) and by rivalry among the village elders, the clinic opened officially in January of 1970. Since then, three other satellite clinics have been added to the project.

The project relies heavily upon community health educators who live in the villages. These aides refer patients to the clinics, recruit the support of indigenous midwives (and invite them to receive training in modern delivery methods), oversee health-related projects in the village, and conduct educational activities. To increase general awareness about family planning, nutrition, sanitation, and disease prevention, these auxiliary health workers use flipcharts in the context of group discussions (held both within and outside the clinics). Their efforts are complemented by those of a team that operates a mobile cinema-van that shows a local-language film on family planning.

RESULTS:

All phases of the *Danfa Project* have been exceptionally well researched and well documented, primarily because the project's expansion was from the start made contingent upon its proven economic and social viability. Among other things, the use of the media, the family planning component, and the costs per patient of providing various levels of health care have been assessed. In addition, extensive research in demography and epidemiology was carried out in the project area prior to the project's inception.

To facilitate research and evaluation related to the family planning services, the project staff divided the project area into four sections. In one, the clinic and its satellites were established. In two others, single clinics were attached to the government's health posts. The fourth district, which received no new facilities or services, served as a control. Extensive study over five years has revealed that the mean acceptance rate of family planning services has been highest where services are most comprehensive, that clinics offering the widest variety of services attract the most participants into the family planning programs, that after the extension of the program in May of 1973 the geographic distribution of acceptors closely paralleled that of the population in each area, and that some 5,000 visits made to the clinics during the first 30 months of operation led to roughly 2,000 acceptances of family planning devices and methods.

An evaluation of the film was based upon reports made by the health assistants and questionnaires filled out by interviewers. This study showed that the film brought about a positive change (+ 10 percent) in attitude among its viewers and that the film's emphasis upon spacing rather than limiting births was correctly placed.

OF NOTE:

- Before the *Danfa Project* began, five of the first seven villages involved had petitioned the government to close down a police post in the vicinity and to turn it into a hospital. They were, they said, "peace-loving people" without need of such an outpost.
- Preliminary meetings with responsible individuals from the first villages involved in the project revealed that the villagers ranked their most pressing needs as those for a hospital, a safe water supply, better roads, more latrines, improved farming practices, more schools, and better transport. Project officials made no effort to distinguish between health problems and other development problems, taking the view that "everything is related."
- Integrating the modern with the traditional, medical school officials agreed at the insistence of the villagers to slaughter a ram at the site of the first clinic to sanctify the ground and appease the gods. They also sponsored a traditional celebratory feast.
- Since 1968, medical students from the University of Ghana have spent part of their community health clerkships in the *Danfa Project* area.
- Nutrition field workers, family-planning field workers, Red Cross employees, midwives from various African countries, and other community health workers have all attended short training seminars held at the *Danfa* clinic.
- The chief concerns of the trained medical personnel at the clinics are maternal and child health, the control of communicable disease, immunization, the curative treatment of patients, nutrition, and family planning.

REFERENCES:

- "The *Danfa* Family Planning Program in Rural Ghana," Daniel A. Ampofo and others, *Studies in Family Planning*, Vol. 7, No. 10, October 1976.
- "The *Danfa/Ghana* Comprehensive Rural Health and Family Planning Project — A Community Approach," T. Sai and others, *Ghana Medical Journal*, Vol. 11, No. 1, March 1972.
- "Family Planning Education in Action: Some Community-Centered Approaches," Judy El-Bushra and Susan Perl, Int. Extension College and IPPF, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
January 1978

THE PILA PROJECT Guatemala

TARGET AUDIENCE:	Working women on a Guatemalan plantation
OBJECTIVE:	To teach women basic ways of improving nutrition and health at home
MEDIA:	Audio-cassettes
DONOR/SPONSOR:	Pan American Health Organization
DURATION:	Completed (operational phase carried out in three weeks of 1975)
CONTACTS:	Royal D. and Susana Fernandez de Colle, Department of Communication Arts, Cornell University, Ithaca, New York 14950, U.S.A.

DESCRIPTION:

The Pan American Health Organization underwrote the *Pila Project*, a three-week experiment conducted in 1975 to examine ways of getting basic information on health and nutrition to laborers on Guatemalan plantations. The project's directors, Royal D. and Susana Fernandez de Colle, selected Finca Maria de Lourdes, a coffee plantation on the Pacific Coast, as the site for their study.

It was decided to direct the campaign at women because they generally make the basic decisions on food and hygienic practices in the Guatemalan household. Preliminary study showed that the plantation's women worked almost continuously during their waking hours. The project therefore focused on the *pilas* (community laundry centers) as places where women could learn informally without disrupting their work.

Audio-cassettes were chosen as the medium because they cost little, are simple to operate, and can be played at any time. Nonprofessional actors were engaged to produce 30-minute programs combining health information, music, radio novellas, and miscellaneous spot announcements. Programming was deliberately repetitious, so that women passing in and out of the *pilas* would be likely to hear and retain specific messages. Successive days' programs often expanded on themes of preceding days. In addition, some programs promised material rewards (such as baby chicks) to women who memorized certain lessons.

A local teenager handled distribution, taking cassettes to the *pilas* daily, and supervising their use. She adjusted the playing schedule according to when women were present. Other cassettes were distributed for at-home listening using a tape player borrowed from the plantation office.

RESULTS:

According to a follow-up survey, the plantation women enjoyed the tapes, found specific information useful, and were disappointed when the project ended. When asked which part of the tapes they liked best, women mentioned "advice" on health and nutritional matters far more often than the music or novellas.

The survey detected behavioral changes too. Fifty-eight percent of the women interviewed had tried a special recipe that the tapes had described. Maria de Lourdes plantation had a 92 percent rate for second vaccinations against polio and diphtheria. Only 60 percent of the children at a control plantation received their booster shots.

The program also demonstrated that the audio-cassette medium was flexible enough to reach large numbers of women. When the women's working hours changed, the tapes were simply played at different times. The equipment proved appropriate to the task and no breakdowns occurred. Nonprofessional actors and technicians were able to produce quality programming using only inexpensive equipment.

Royal and Susana Colle drew three general conclusions from their experiment. First, communications technology need not be sophisticated to be effective. Second, projects of this sort must be tailored to the individual characteristics of the target group's social environment. Finally, "poverty of information" often prevents rural people from substantially improving their lives.

OF NOTE:

- Each 30-minute radio program combined music, announcements, short talks, stories, and an episode from a novella.
- A more detailed analysis of the project's impact was cancelled due to the 1976 earthquake in Guatemala.
- A tape promised a baby chick for anyone who memorized the procedure for preventing Newcastle disease in chicks. Over 100 persons learned the phrase and collected chicks the first day the incentive was offered.

REFERENCES:

- "The Communication Factor in Health and Nutrition Programs: A Case Study from Guatemala," by Royal D. Colle and Susana Fernandez de Colle, paper for the World Health Organization, January 1977.
- "The Pila Project: Cassettes Reach Rural Women" *Development Communication Report*, April 1977.

Clearinghouse on Development Communication
June 1977

PROMOTORES DE SALUD Guatemala

TARGET AUDIENCE:	Residents of the state of Huehuetenango (population: 380,000)
OBJECTIVES:	To empower and use indigenous paramedics to combat infectious disease and malnutrition through both curative and preventive medicine
MEDIA:	Posters, filmstrips, slides, booklets, demonstrations, dramatizations, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The Roman Catholic diocese of Huehuetenango; users of the services (the program is largely self-financed)
DURATION:	Begun in 1963; ongoing
CONTACTS:	Dr. Mary V. Annel, Director, Health Promoters' Program, Jacaltenango, Huehuetenango, Guatemala; Nancy Jean Higgins, 1851 West 244th Street, Lomita, California 90717 U.S.A.; Sr. Ezequiel Gómez, Co-director, Clínica Parroquial, La Libertad, Huehuetenango, Guatemala

DESCRIPTION:

The Maryknoll Sisters in Huehuetenango created the Rural Health Promoters' Program (*Promotores de Salud*) in 1963 in response to the demands of the local Indian people. They intended to coordinate the program as long as their presence was desired and needed, but from the start they planned to turn the project over to indigenous supervisors when the local people had accumulated the required skills and experience. Gradually, that transfer of responsibility is taking place. At the same time, the efforts and impact of integrating the formal medical establishment and a network of local promoters (some 375 in 1978) have multiplied. In 1967, the Guatemalan Ministry of Health formally sanctioned the program and began licensing its graduating participants. Its imprimatur, along with the continued support of isolated Indian villagers, has helped the project workers use medicine and education to combat disease, undernourishment, and ignorance of the causes of illness.

Most of the health promoters recruited and trained in this program are Indian farmers with an average of a second-grade education. Most of the promoters are men because the training program requires a speaking knowledge of Spanish as well as an Indian dialect and few village women speak Spanish. Promoters are elected by their communities, which agree to finance the transportation and material costs associated with the early stages of training and to respect both the need for change and the role of the peer-turned-promoter as a change agent.

Six courses make up the core curriculum. Given in week-long units the courses cover (1) motivation, orientation, simple microbiology, common respiratory and gastroenteric illnesses, and first aid; (2) nutrition, hygiene, well-baby clinics, immunizations, and simple agricultural and cooking techniques; (3) anatomy, medical terminology, common diseases, and vital signs; (4) the reproductive system, the menstrual cycle, fertility, family planning, pregnancy, development of the fetus, parturition, and diseases of pregnant women and the newborn; (5) the promoter change agent, anthropology and culture, traditional and western medicine, mental health, public health, and biostatistics; (6) teaching methods, childhood diseases, group dynamics, and work planning. The courses are conducted in the chief towns of each district by a mobile educational team, repeated at intervals of four to six months, and supplemented by local monthly meetings and annual refresher courses.

Village promoters work as volunteers, performing six major services. They take a pre-program census in their villages, conduct monthly well-baby clinics, provide curative medical attention and preventive counselling one to two hours a day, hold meetings at least monthly with adult villagers to discuss basic health concepts, help identify and treat cases of tuberculosis, and participate in the annual vaccination program for children. Training related to these activities is conducted by 18 local supervisors assisted by 18 supervisors-in-training. Each of these full-time workers takes responsibility for from five to thirty village promoters, overseeing their apprenticeship and meeting monthly to further their education, to collate health statistics, and to provide quality controls of the promoters' patient records. Supervisors also convene twice a year in planning sessions and periodically check on promoters in outlying villages.

The skits, books (including *Donde No Hay Doctor*), filmstrips, and other media used in *Promotores de Salud* are developed and revised by the central teaching team, whose members try them out on each other and on groups of trainees. Dramatic presentations of health concepts seem to be particularly effective teaching tools. All of the teaching techniques used are designed for easy transferral by the promoters to village teaching situations.

RESULTS:

Since the health-promoter program was designed to fill in gaps in existing medical services, which in Guatemala are comprehensive only in cities, one way to gauge the success of the program is in terms of the amount of work done. According to program records, the average health promoter in Huehuetenango sees roughly 60 patients each month and gives about 50 oral treatments and from 20 to 25 injections. The promoter also instructs each of these patients in preventive medicine related to his disease. In addition, the individual promoter teaches an average of three health classes to groups each month and examines approximately 30 children in a well-baby clinic.

The regional impact of these services is impressive. In 1973, the health profile of Jacaltenango (the program's center) was notably better than that of Guatemala on the whole. For example, the mortality rate for newborns throughout Guatemala was 35.9 per 1,000 births, while the rate in Jacaltenango was 15.5 per 1,000. For babies one to twelve months old, the rates were 55.9 and 16.9 per 1,000 births, respectively. For children one to four years old, the national rate was 32.1 and the rate in Jacaltenango was 19.3.

Other evidence strongly suggests that where the health-promotion scheme is well established, consultations with visiting MDs consist largely of cases referred by the promoters. For treatment for diarrhea and other common complaints, the villagers now seem content to rely upon paraprofessionals.

OF NOTE:

- Huehuetenango is a founding member of the Community Health Association, an organization of private Guatemalan health programs designed to improve health care, teaching, and communication among its members.
- In some anatomy lessons, the bodies of the instructor and the promoters-in-training serve as "charts." Such frankness is thought to help promoters overcome any shyness and to help them feel comfortable and competent treating patients.
- The promoters will do their part for the "Year of the Child" (1979) by giving simple courses for school-age children, who in rural Guatemala often care for their younger brothers and sisters.
- Eventually, the supervisors will completely direct the health-promoter program. The present directive board includes a Maryknoll Sister-doctor and nurse, a local co-director, and a four-member commission elected by the supervisors.
- Other programs sponsored by the Roman Catholic diocese of Huehuetenango include training programs in agricultural techniques, communication skills, home arts, nutrition, midwifery, religion, literacy, and civics.
- Effort is made to upgrade the literacy level of the health promoters, but at the same time the training and reference materials are kept simple (on the 2nd-grade level) and highly pictorial.
- Course expenses and salaries for local supervisors are generated by the sale of medicines at a fixed price. No charge is made for the promoter's consultation.

REFERENCES:

- "Rural Health Promoters' Program: Fifteen Years' Experience in Community Health in Huehuetenango, Guatemala," Dr. Mary V. Annel, paper presented at the 2nd annual Conference of the International Federation of Public Health Associations, Halifax, Nova Scotia, May 1978.
- "Promotores de Salud in Guatemala: The Maryknoll Self-Help Project for Rural Health," Nancy Jean Higgins, Latin American Center, UCLA, May 1977.

Clearinghouse on Development Communication
January 1979

RADIO DOCTEUR

Haiti

TARGET AUDIENCE:	Haitian adults of reproductive age (roughly 2,500,000 men and women)
OBJECTIVES:	To provide information and advice on family planning, nutrition, common illnesses, maternal and child health, and related topics
MEDIA:	Radio, cassettes, print, and visual aids
DONORS/SPONSORS:	Haiti's Ministry of Health, the Ministry of Education, <i>Radio Nationale</i> , and <i>Radio Lumière</i>
DURATION:	Begun in 1967; ongoing
CONTACTS:	Edith Hollant, <i>Centre d'Hygiène Familiale</i> , 10, Première Impasse Lavaude, B.P. 430, Port-au-Prince, Haiti; Dr. Ary Bordes, <i>Centre d'Hygiène Familiale</i> , 10, Première Impasse Lavaud, B.P. 430, Port-au-Prince, Haiti

DESCRIPTION:

The *Radio Docteur* program was conceived by Dr. Ary Bordes (the present director of the *Centre d'Hygiène Familiale* and Chief of the Division of Family Hygiene of the Ministry of Health) in 1967 when Hurricane Flora spelled a temporary end to all broadcasting in Haiti, save that of a single station, *Radio Lumière*. The disaster bred a new appreciation of the nationwide reach of the sole functional station, and Bordes vowed to make the most of that capacity after the deluge. Within a few months of the storm, *Radio Docteur* broadcasts commenced.

For pretesting, ten-minute monologues — some 20 in all — were developed on four topics: prenatal care, the new mother, infant health, and family planning. All messages were broadcast uninterrupted in the waiting rooms of clinics. Gradually, feedback from the audience prompted the message designers at the *Centre d'Hygiène Familiale* to change their tack. Taking into account the potential of radio and the lackluster nature of the monologue format, they broke the messages up into one-minute segments, switched over to the dialogue format, and expanded the range of topics addressed. In keeping with public sentiment, they also revamped family-planning messages so that the stress now falls on the health benefits of spacing births rather than on the more negative notion of cooling population pressures.

Twice a day, six days a week, Haitians can now tune in *Radio Docteur* on either *Radio Lumière* or *Radio Nationale* in Creole, the local language. They have made household familiars of Fanny and Ti Jo, the two characters who keep the dialogue on health going by assuming a variety of paired roles: husband and wife, patient and doctor, or patient and nurse. A catchy theme song draws the listening audience in, and the listening fare changes according to the day of the week. Family-planning messages are featured on Mondays and Wednesdays, advice on maternal and child health is broadcast on Tuesdays, and national and international health news can be expected on Thursdays. Fridays are given over to discussion of the symptoms of common ailments, and Saturdays to the prevention and treatment of these same ills.

Radio seemed a natural choice for getting out health information and doctors' recommendations in Haiti. While precise statistics on radio ownership are not to be had (estimates on the number of transistors in the country vary from 85,000 to 300,000), 900 of the nation's 1,500 rural schools have access to radios, and the sight of a Haitian with a transistor in hand is a commonplace.

RESULTS:

The national impact of *Radio Docteur* has never been evaluated. A survey of a village of 4,000 that had heard the broadcasts for eight years indicated that knowledge of the subjects covered in the programs had risen dramatically. However, no attempt was made in the conduct of this study to isolate the effects of health-education efforts other than *Radio Docteur* on this population. Spot checks and other impressionistic evidence suggests that people have committed the messages to memory, but the relationship of health knowledge to health practices awaits study.

Another kind of measure of *Radio Docteur's* impact is the success of its in-school spinoff, *Classe d'Hygiène*. Aimed at 30,000 fifth- and sixth-graders (most of them between the ages of ten and fifteen), *Classe d'Hygiène* is an educational contest. The program is run from November to March of each year, and is now in its ninth year. Participants listen to twelve lessons on health, each of which is broadcast thrice weekly in French (the language of classroom instruction in Haiti). Immediately after each broadcast, the students answer five questions in writing, receiving two points per correct answer. Prizes and certificates are awarded both to outstanding participants and to their schools on the basis of end-of-term scores. Participation in this program has grown every year since its inception, with the number of written responses from fifth and sixth graders rising from 444 in 1970 to 20,064 in 1975.

After 1975, the *Radio Docteur* program was institutionalized through the Education Department in order to reach both the teachers and the pupils of all Haiti's elementary schools.

OF NOTE:

- In conjunction with other educational activities, the *Centre d'Hygiène* produces print materials, films, slide-tape shows, and folk media performances. It also runs seminars and training courses for health workers.
- The sponsoring government agencies and the *Centre d'Hygiène Familiale* (a private organization) enjoy excellent relations. The Center develops, pretests, and finds effective ways to present the messages, which the government incorporates into its programs.
- Both *Radio Lumière* and *Radio Nationale* are non-profit operations, and the Ministry of Health does not have to pay for broadcast time.
- Another project of *Radio Lumière*, still in the pilot stage, involves the attempt to use two-way radio to promote integrated rural development. The object is to encourage farmers, housewives, and youth to voice their complaints and opinions and to record their words on cassette tapes for replay.
- The present network of stations includes 16 affiliates, enough to insure nationwide coverage.

REFERENCES:

- "On the Air," Edith Hollant, *Salubritas*, vol. 2, number 2, 1978.
- "Two-way Radio for Haiti," *ACTION: World Association for Christian Communication Newsletter*, Number 28, March 1978.
- Information, Education and Communication (Manuel d'Introduction en Education Sanitaire)*, Edith Lataillade Hollant and Laurent Eustache, *Centre d'Hygiène Familiale*, 1978.
- "'Radio Docteur': Health Education Radio Program of the *Centre d'Hygiène Familiale*," Edith Hollant, unpublished paper, February 1977.

Clearinghouse on Development Communication
January 1979

THE KAVAR VILLAGE PROJECT

Iran

TARGET AUDIENCE:	16 rural villages in the area of Kavar
OBJECTIVES:	To provide adequate health services to the rural villages by training VHWs (village health workers)
MEDIA:	Print and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Pahlavi University; International Development Research Centre of Canada (IDRC)
DURATION:	February 1973 to January 1976
CONTACTS:	Dr. Hossain A. Ronaghy, Chairman, Department of Community Medicine, Pahlavi University School of Medicine, Saadi Hospital, Shiraz, Iran; Dr. Steven Solter, Department of Community Medicine, Pahlavi University School of Medicine, Shiraz, Iran

DESCRIPTION:

The *Kavar Village Project* was one of two pilot projects launched in response to an increasing shortage of trained health personnel and the problem of limited access to modern health services in Iran's remote rural areas. The initial aim was to improve rural health in Iran by expanding the Health Corps system which, in 1973, provided health stations and mobile teams that covered 6,000 (roughly 12 percent) of Iran's 55,000 villages. The Health Corps system was expanded by training indigenous village health workers (VHWs).

The study began in January 1973 under the direction of the Department of Community Medicine (Pahlavi University School of Medicine) and with financial support from the International Development Research Centre of Canada (IDRC). A VHW-training site was chosen at Kavar, a small town about 35 miles southeast of Shiraz. Located in Kavar was a Health Corps station, one of about 400 similar health centers found throughout rural Iran. Near Kavar, 16 isolated villages were selected; from each one a literate villager was chosen from a group of volunteers. The 11 male and 5 female VHWs represented a wide range of ages (16 to 45), personalities, and socioeconomic backgrounds. Their training consisted of classroom sessions, demonstrations, and clinical training. After completing the course, they returned to their villages as paid health auxiliaries and took "refresher" courses from time to time.

Before the VHWs were selected and trained, baseline surveys were conducted to determine disease prevalence and the availability of literate villagers and medical care. The surveys showed that most of the complaints voiced at the village mobile clinic were fairly simple and that an auxiliary health worker was capable of adequately treating most of the cases and referring the remaining 10 percent to the medical center. In addition, a random-sample knowledge, attitudes, and practices (KAP) study of individual and public village health was conducted in 200 households. Census data on births, deaths, marriages, divorces, immigrants, and total population were also gathered to use as a basis for developing the behavioral objectives to be met by the VHWs: communicable disease control; environmental health; nutrition; community education; maternal and child health and family planning; and treatment. These behavioral objectives then provided the basis for curriculum planning and for the content of the Persian learning material to be prepared for the course. The subjects covered included growth and development, anatomy and physiology, nutrition, communicable diseases, VHW-patient relationships, maternal and child health and family planning, and rural public health.

An intensive six-month training course began in August 1973 after the VHWs had assembled in Kavar. The major objective of the course was to prepare the VHWs for preventive medical and educational work in their respective villages. Staff members from the Department of Community Medicine, medical personnel from the Health Corps, and the project training director taught the courses, integrating theory and practice by giving the students the daily opportunity to apply in the field or in the clinic what they had learned in the classroom. Classes were taught in the rented house that also served as living quarters for the VHWs, while practical and clinical work was done at the nearby Health Corps station.

VHW trainees were divided into four groups headed by a midwife attached to the Health Corps clinic, a Health Corps aide in the treatment room, a Health Corps station assistant trained in pharmacology, and a Health

Corps physician. Each group dealt with one of the major areas: maternal and child health and family planning; treatment, including sterilization technique, methods of giving injections, wound dressing and other first aid skills; indications, contraindications, dosage and side effects of drugs; and history-taking, physical examination, and patient evaluation. Rotating on a weekly basis, all students acquired experience in all four areas. They devoted the final three months of training to clinical skills. The VHWs were taught ways to assess the main rural clinical problems and to establish whether a patient should be treated in the village or referred to a physician in Kavar or Shiraz. In addition to seeing and treating patients at the Health Corps station, the VHWs made numerous field visits to nearby villages.

RESULTS:

Trainees' skills and knowledge were evaluated periodically throughout their six months through written examinations and observation. A committee of physicians observed VHW trainees in clinical and field settings and evaluated their competence in each area of work.

Evaluation studies indicate that the VHWs are well accepted by the people and that they are influencing the health practices of the villagers. During the VHWs' first six months in the field, patient visits to the clinic facilities numbered 4,875 out of 9,152, and the percentage of females between the ages of 15 and 44 who were using family-planning methods increased from 8.8 to 21.4.

In addition, the VHWs have been able to motivate the villagers to make much needed sanitation improvements, including construction of sanitary toilets and improvement of existing ones, separation of animal quarters from human living quarters, development of clean water sources (pumps and wells), and improvement of existing bathhouses or construction of new ones where needed.

OF NOTE:

- A large part of Iran's medical establishment was powerfully opposed to, or at least critical of, the scheme. It argued that the lives and health of people would be jeopardized by putting them in the hands of "half-doctors" and semi-skilled health workers.
- The village social structure caused some problems. For example, the VHWs who had the greatest difficulty finding acceptance were those who were well known to the village and known to belong to factions or families identified with certain values. Social custom and pressure also inhibited the recruitment of women.
- Apparently, the experience of serving in villages and small towns afforded by organizations such as the Health Corps is not inducing doctors to remain in outlying areas. Health Corps doctors tend, rather, to return to large urban centers as soon as their term of service is over.
- Another pilot program launched at the same time as the Kavar Village Project was the Middle Level Health Worker Project in Marvdasht. The middle level health worker (*behdar*) has from 9 to 11 years of education and is trained for four years. A three-tiered system is therefore envisaged, with the *behdar* serving as the link between the VHW and the physician or hospital.

REFERENCES:

- "Medical Problems of Developing Nations: An Attempt to Bring Medical Care to Rural Communities in Iran," H.A. Ronaghy, *British Medical Journal*, January 31, 1970.
- "Village Health Workers," H.A. Ronaghy, Y. Mousseau-Gershman, and A. Dorozynski, *International Research Development Centre*, publication No. IDRC - 074e., 1976.
- "The Auxiliary Worker in Iran," H.A. Ronaghy and S.L. Solter, *The Lancet*, August 25, 1973.
- "Problem of Rural Health Care Delivery in Iran: Is the Chinese Barefoot Doctor Exportable?" H.A. Ronaghy and S.L. Solter, April 1974.
- "Project Summary and Description," IDRC File No. 3-72-113.
- "Success Story From Iran," *Future*, Vol. 4, No. 1, 1977 (condensed from A. Dorozynski's "Health Care for the Most People" - IDRC Reports, Vol. 5, No. 3).

Clearinghouse on Development Communication
April 1979

(While it is standard procedure at the Clearinghouse to ask persons intimately involved with the projects described in this series to review the draft Profiles, strenuous efforts to obtain such comments before the publication deadline were in this case unsuccessful.)

ZAA NA UWATUNZE

Kenya

TARGET AUDIENCE:	Kenyans within the national radio-broadcast sphere
OBJECTIVES:	To mix entertainment and education in an effort to spread vital messages on health, particularly on that of mothers and infants
MEDIA:	Radio
DONORS/SPONSORS:	UNICEF, the United Nations Fund for Population Activities, the Voice of Kenya, and the Kenyan Ministry of Health.
DURATION:	Begun in February of 1975; pilot phase concluded in mid-1976; ongoing under the auspices of the Government of Kenya since 1976
CONTACTS:	Professor G. S. Eshiwani, Director, Bureau of Educational Research, Kenyatta University College, Box 43844, Nairobi, Kenya; Mark Harris, UNICEF, Communications and Information Office for Eastern Africa, P.O. Box 44145, Nairobi, Kenya

DESCRIPTION:

In 1975 UNICEF, the United Nations Fund for Population Activities, and the Voice of Kenya agreed to co-produce entertaining health-education programs for open broadcast. The series that grew out of the collaboration, *Zaa Na Uwatunze* (Giving Birth and Caring for Your Children), features nationally-known entertainers in an episodic situation comedy. The upbeat presentations cover down-to-earth subjects — the nutritional value of eggs, the dangers of entrusting infants to the care of young siblings, and the need for inoculation, etc. — and give listeners a chance to identify with both the situations and the characters.

Like all "soap opera" regulars, the characters in *Zaa Na Uwatunze* are stereotypes, and their predictability is redeemed by their exaggerated flair. The role of Mzee Pembe is that of sop. He is hidebound, given to drink, and blissfully ignorant of many of the needs and problems of his 16 children. Mama Njeri, the protagonist, is Mzee Pembe's opposite and his mate. Her children's welfare claims her nearly complete attention, and she must "educate" her stubbornly conservative husband besides. Her dramatic task is to convince him episode-by-episode and change-by-change that it is in the family's interest to embrace some new ways and to let some traditions lapse. She is aided in this domestic struggle by a series of third parties, all of them played by a single versatile actor.

Zaa Na Uwatunze (popularly known as the Kiroboto show) is broadcast in Swahili, Kenya's official language, once a week. Broadcasts last only 15 minutes each, but they command prime-time programming slots (on Sunday afternoons, and occasionally on Saturday nights). No scripts are used to produce the programs, although health educators and a U.N. consultant work closely with the actors, and the budget is shoestring by almost any standard. An ingredient that compensates for this lack of high-priced production techniques is spontaneity. The radio shows are recorded in studios packed with fans, so the actors play to the audience and use instant feedback to strengthen their performances.

An experiment in open broadcasting (which, by definition, aims to hold a mass audience that has no particular commitment to the subject matter or to self-education), *Zaa Na Uwatunze* has been linked to nonformal and formal educational activities for adults. Its episodic structure, characters, and allusions to themes treated in previous broadcasts seem to provide listeners with some sense of continuity and progress. Moreover, the programs reiterate the themes being taken up by health educators and field-workers, some of whom act as consultants to the production staff.

RESULTS:

The impact of the *Zaa Na Uwatunze* broadcasts has been calculated primarily in terms of the size of the listening audience, listeners' recall of health information, and their familiarity with the characters. No attempt has been made to study the effects on health practices of the knowledge gains and attitude changes brought about by the program.

Evaluative information has been garnered from four sources: the studio audience, fan mail, a questionnaire administered at the end of *Zaa Na Uwatunze*'s first broadcast year, and two panels of government officials involved in rural education and rural development. Interestingly, the judgments of the panels of experts clashed with the evidence culled from the other sources, some experts insisting that the programs take on a more serious tone and the audience claiming to like the blend of message and madness.

One finding of the 510-person survey conducted in December of 1975 may explain this difference of opinion: highly educated Kenyans appeared least responsive to the programs, ostensibly because the information embedded in the comedy is not "news" to them. Other findings of the survey include the fact that 92 percent of those responding to the questionnaire knew of the program, the discovery that listening time was as great among those for whom Swahili is a second language as for those for whom it is the native tongue, the fact that radio ownership correlates directly with listenership, and the revelation that the programs seem to hold roughly equal appeal to all age groups (25 years of age and under, 26 to 50 years, and over 50 years). Given the nature of this broadcast experiment, the single most important conclusion drawn from early evaluations may be that somewhat over a third of the listening audience claimed to listen to the program primarily because it is funny, while over half said they tuned in because they felt that they learned something from the humorous shows.

OF NOTE:

- The characters in *Zaa Na Uwatunze* don't stand on ceremony. In one episode, the beleaguered wife threatens to sell herself if her husband continues to sell the family's much-needed eggs to buy beer.
- Fan mail for Mzee, Mama, and the stock characters has been received from listeners in several East African countries besides Kenya.
- The radio scripts are based on a standby formula from advertising. The object is to contrive a situation in which the audience identifies with the "straight man" who espouses sound ideas and laughs at the fool who upholds convention for its own sake.
- The *Zaa Na Uwatunze* series has been replicated in both Tanzania and Zambia, apparently with success.
- Some *Zaa Na Uwatunze* broadcasts were taped for use in cassette-listening forums sponsored by the U.N. Food and Agriculture Organization in conjunction with the Programs for Better Family Living under way in Kenya. Cassette recordings of the series are also being used in in-school home economics classes and in training programs for field-workers.
- A short film on *Zaa Na Uwatunze*'s production techniques may be made by UNICEF for promoting the use of entertaining radio broadcasts in support of development projects.

REFERENCES:

- "Health Messages Through Humor," Susan Hostetler, *ICIT Report*, No. 15, Clearinghouse on Development Communication, July 1976.
- "Popular UNICEF Radio Show in Kenya Gives Health Tips in Situation Comedy," Michael T. Kaufman, *New York Times*, November 16, 1975.
- "The Kenya Radio Series which Teaches as it Entertains, and How You Can Do It," Mark Harris, United Nations Children's Fund, Nairobi, April 1976.
- Miscellaneous translations of *Zaa Na Uwatunze* radio scripts, unpublished and undated.

Clearinghouse on Development Communication
October 1978

HEALTH EDUCATION RADIO DRAMAS

Sri Lanka

TARGET AUDIENCE	Sinhala- and Tamil-speaking adult population of Sri Lanka
OBJECTIVE	To use a mass media entertainment format to convey health and family-planning information
MEDIA	Radio and postcards
DONOR SPONSORS	Ministry of Health, Ministry of Information and Broadcasting, Government of Sri Lanka; United Nations Fund for Population Activities; United Nations Children's Fund
DURATION	Begun 1973, ended 1977
CONTACTS	Piyasoma Medis, Sri Lanka Foundation Institute, 100 Independence Square, Colombo 7, Sri Lanka; Program Officer, UNICEF, P.O. Box 143, Colombo, Sri Lanka

DESCRIPTION:

The Government of Sri Lanka and UNEPA developed and implemented a \$6 million multifaceted family-planning project in 1973. Eleven interrelated programs, including secondary school education, medical education, health delivery, health education, worker education, and mass communication were funded to encourage family planning. Under the mass communication component, two radio drama series were developed. Radio was selected as the medium because 72 percent of the total population had access to radio. Drama was chosen as the method because it was second only to music in listening popularity.

In late 1973, UNICEF and the Sri Lanka Broadcasting Corporation (SLBC) negotiated an agreement whereby SLBC would produce and broadcast the two radio dramas, one in the official Sinhala language, spoken by 72 percent of the population, the other in Tamil, spoken by 20.5 percent of the population. In return, UNICEF would provide SLBC with \$13,000 worth of production equipment. UNICEF and the Ministry of Health would be responsible for the family-planning information that would be woven into the series' story lines.

The Sinhala story focused on a family with 14 children. The problems associated with a large family were compared to those of a neighboring family with only four children, with the story line emphasizing the benefits to the children in the small family. The Tamil story dealt with a family with four children and an unemployed father. After encountering a series of problems associated with the burden of supporting the household, the father becomes aware of the importance of family planning.

Programs in both series were broadcast once a week from July 1974 to July 1975, the official project period. A committee of representatives of the Ministry of Health, the Ministry of Information and Broadcasting, and UNICEF was then formed to develop a format for program expansion. The committee considered family planning an aspect of family health and therefore felt that the scripts should be broadened to include other health messages. Health questions would be asked at the end of each program to solicit postcard replies, a technique that was feasible because of Sri Lanka's high literacy rate of 78 percent. With this feedback, reaction to program messages could be evaluated. The two new series began in March 1976 and were broadcast once a week through December 1976.

The new Sinhala drama series, *Pahan Siluwa*, retained the original story line. The educational content was expanded to include child health, hygiene, and nutrition. *Kan Kanda Theivam*, the Tamil series, adopted a new story line because the original had reached a logical conclusion. The Tamil story centered on a doctor and his family living in a rural village near a tea estate. In this setting, health questions pertaining to poor estate families, who are primarily Tamil speaking, could be addressed. The story characters presented health information in clever and humorous scripts. Religious themes and lively music were integral parts of both series.

RESULTS

To evaluate the effectiveness and appropriateness of the series, random samples were taken from those who had sent in postcard replies. This sample population was sent a questionnaire and a self-addressed stamped return envelope. Again, the self-administered questionnaire could be used because of Sri Lanka's high literacy rate. There were 30 multiple-choice questions, which examined the sample's demographics, media usage, and specific knowledge of health information. The questionnaire did not try to find out if the health information was being used. That is, the questionnaire was to find out if the respondents understood and could recall health messages, but not if they had adopted good health practices. The assumption (viable or not) was that the recall of specific health messages indicated strong adoption.

Although the questionnaires were sent to a large sample (1,100 Sinhala and 300 Tamil), the sample was biased in that it was drawn from listeners who had previously sent in postcards. This meant that only the positively predisposed and literate listeners would participate in the evaluation. However, with limited time and money, the evaluators elected to concentrate their analysis on these known listeners. The rate of response to the questionnaires was excellent for both series. Eight hundred Sinhala questionnaires (73 percent) and 180 Tamil questionnaires (60 percent) were returned. The following is a summary of the findings: 1) the respondents were primarily female, unmarried, unemployed, and below 30 years of age, with some secondary education; 2) 88 percent listened to the radio between 5 p.m. and 11 p.m.; 3) the majority preferred entertainment programs, but a substantial minority (39 percent) indicated a preference for educational programs; 4) identification of air time and main characters demonstrated a strong allegiance to the series, but few respondents had heard all of the programs in the series; 5) the respondents said the health information was new and valuable to them; and 59 percent of the Sinhala series listeners could recall some health messages, while 100 percent of the Tamil series listeners could recall health messages.

OF NOTE:

- From 33 to 50 percent of mothers attending health clinics in randomly selected areas listened to the program and could mention some health messages conveyed.
- Ninety-five percent of the postcards sent in response to the health question at the end of each program were correct answers.
- *Pahan Siluwa*, the Sinhala series, continued broadcasting under private sponsorship excluding the health messages from the scripts.
- Approximately 26,000 postcards were received during the series' broadcast. As many as 1,000 were received in one day.

REFERENCES:

- Health Messages Through Radio Drama, A Sri Lanka Experience*, Piyasoma Medis and Marty Rajandran, UNICEF, Colombo, Sri Lanka, 1977.
- Project Support Communications Newsletter (PSC)*, Vol. 1, No. 3, "Sri Lanka Soap Operas," Information Division, UNICEF, New York, New York.

Clearinghouse on Development Communication
April 1980

MAN IS HEALTH (MTU NI AFYA) Tanzania

TARGET AUDIENCE:	Approximately one million adult villagers
OBJECTIVE:	To provide villagers with basic information on disease, disease control, and the relationship between environment and health
MEDIA:	Radio, cassette recorders, printed materials, interpersonal communication, flipcharts, and posters
DONOR/SPONSOR:	The Government of Tanzania with support from the Swedish International Development Authority
DURATION:	Conceived in 1971; developed in 1972; carried out in 1973
CONTACTS:	Director, Institute of Adult Education, P.O. Box 20679, Dar es Salaam, Tanzania; Budd L. Hall, International Council for Adult Education, 29 Prince Arthur, Toronto, Canada M5R 1B2

DESCRIPTION:

The *Man is Health* project took root in late 1971 as a large-scale campaign aimed primarily at educating villagers on the symptoms, prevalence, and origins of five potentially controllable widespread diseases. The secondary objective of the project's designers was to provide the newly literate with an opportunity to practice their language skills. Under the combined auspices of the Tanzanian Ministries of Health, Education, and Rural Development, the campaign represented an attempt at integrated development.

The project was backed and set in motion by Tanzania's sole political party (The Tanzanian African National Union (TANU)), The Institute of Adult Education, a half dozen government agencies, and Radio Tanzania. Officials at all levels were versed in the project's importance and facets; industry was called upon to manufacture clothing stamped with the project's logo; and broadcasters and journalists were charged with keeping the public informed of all campaign-related activities and ideas.

Some 18 months of planning, organizing, and training culminated in May of 1973 with a surge of educational and community-development activities. Each week for 12 weeks each study group of from 15 to 60 met informally with a trained discussion leader to hear radio broadcasts and to discuss simple supplementary texts provided by the government. From these discussions of health and sanitation sprang community work projects conceived and carried out by the study groups in their own villages.

RESULTS:

An estimated two million Tanzanian adults, twice the number officials had hoped to reach, participated in the *Man is Health* project. Moreover, the overall attendance rate of those who attended from the beginning was 63 percent, an unparalleled achievement for a campaign of such breadth. A third indicator of success is also tangentially statistical: so pervasive was the health campaign's impact that project evaluators had to reclassify some of their control groups as experimental groups.

The campaign had its critics. Some felt that it failed to integrate existing health services into its "curriculum." Some complained of tie-ups in the distribution of the texts and materials. Others felt that the training activities were too sketchy. Nevertheless, concrete evidence of the campaign's effects on the quality of village life is everywhere. In particular, hundreds of thousands of latrines were built by those who heard the radio programs, sales of mosquito netting jumped sharply in some areas, and coastal townspeople filled many of the swamp holes in which disease-carrying insects breed after heavy rains.

OF NOTE:

- Each study group left at least one "monument" to the *Man Is Health* campaign. Typical projects involved digging wells or clearing living areas of insect-infested vegetation.
- Some study groups continued to meet months after the health campaign ended.
- Reliance upon cell leaders in several districts reinforced the ten-house cell system as a means of stimulating participation in development.
- The texts and the study guides were printed on newspaper presses. A million copies were distributed, many of which were shared.
- Some study groups reportedly diagnosed diseases that afflicted group members and sent the victims to nearby hospitals, where the diagnoses were confirmed and the patients treated.
- The network of study group leaders established in the health campaign was reactivated for the national nutrition campaign, *Food Is Life*, that began in June of 1975.

REFERENCES:

- "*Mtu Ni Afya: An Evaluation*," Budd L. Hall and C. Zikambona, *Institute of Adult Education Studies*, No. 12, Dar es Salaam, 1974.
- "*Radio for Education and Development: Case Studies*," Vol. Two, Peter L. Spain, Dean T. Jamison, and Emile G. McAnany, eds., The Dept. of Education, The World Bank, Washington, D.C., May 1977.

Clearinghouse on Development Communication
June 1977

TELEMEDICINE IN ALASKA U.S.A.

OBJECTIVES:	To improve access to and the quality of health care in rural Alaska
TARGET AUDIENCE:	Eskimo, Indian and Aleut villagers
MEDIA:	ATS-1 — two-way satellite radio; ATS-6 — satellite-TV, videotape, computerized health records
DONORS/SPONSORS:	U.S. Department of Health, Education, and Welfare (the Indian Health Service, the Lister Hill National Center for Biomedical Communication); U.S. National Aeronautics and Space Administration
DURATION:	ATS-1 began in 1971 and will continue until replaced by another system (tentatively, in late 1977); ATS-6 began in 1974 and ended one year later
CONTACTS:	Dr. Dennis Foote, Assistant Professor, Institute for Communication Research, Stanford University, Stanford, CA 94305, USA

DESCRIPTION:

Experiments in the use of telemedicine in Alaska began under the auspices of the Indian Health Service (the arm of the U.S. Public Health Service responsible for providing health care to native Alaskans). Faced with the problem of servicing scattered small villages in remote regions and thwarted by the lack of reliable communication channels in the bush, the agency turned to telemedicine in the hope that consultation on a regular basis would improve village health services.

Telemedicine became a part of daily life for 17 villages in the Tanana region when the National Aeronautics and Space Administration, IHS's partner in the telemedicine experiments, made the Applications Technology Satellite-1 (ATS-1) available in 1971. The ATS-1, still operating as of 1977, is a voice-only communication medium supported by simple and inexpensive ground equipment: modified taxicab radios and ten-foot diameter antennas of metal mesh. By providing reliable communication channels between villages and the district hospital, the ATS-1 functions as a medical support system; it enables village health aides to provide health-care services under a doctor's supervision and helps evacuation planes to reach patients in critical condition swiftly.

The village health aides trained as part of the telemedicine experiments are nominated by their communities and receive up to 16 weeks of training conducted by the Public Health Service both in the field hospital and on the job. Each aide leaves the intensive course equipped with a drug kit, a diagnostic reference manual, instruments, and new knowledge. In the village, the aide turns on the radio at a scheduled time each day to receive a "doctor call" from the regional hospital. During the radio consultation, the aide reports symptoms, answers the doctor's request for more information, receives professional advice, and helps the consulting doctor determine whether the patients in question need to be evacuated.

While the health aides remain the mainstay of telemedicine in Alaska, they played only a minor part in a one-year experiment carried out in 1974-75. The ATS-6 experiment, which relied upon the use of a much more sophisticated and powerful satellite than the ATS-1, added a video component to telemedicine that enabled doctors to diagnose difficult cases by using TV. The experiment, in which two well-equipped clinics in fairly large villages were linked to a field hospital and a referral hospital — was run while a problem-oriented computerized medical record system (Health Information System) was being established in Alaska. Up-to-date records of patients were collected at a central point, put into the computer, and made available at all sites; the computer also enabled itinerant nurses to identify villagers who needed PAP smears, inoculations, eye and ear examinations, etc.

RESULTS:

Since the introduction of the ATS-1, the capacity of existing health facilities to handle emergency cases, solve administrative problems, and answer requests has increased, and service has improved. In addition, villagers demonstrate an increased willingness both to seek medical advice and to follow prescribed treatments. More patients now receive the benefit of a doctor's advice and more are treated for diagnosed ailments than ever before. Moreover, the number of contacts between doctors and health aides increased by 400 percent during the first year of the experiment.

In general, it has been difficult to show a connection between changes in aggregate morbidity, mortality, and hospitalization statistics on the one hand and the improvements in communication on the other. However, most evaluations of the ATS-1 experiments have been positive; and partly as a result of these evaluations, the State of Alaska and the Public Health Service are now implementing a satellite system through a commercial long distance telephone carrier.

The ATS-6 experiment was also deemed worthwhile by the health-care providers who took part in it. But while participants claim that the video component of telemedicine enabled them to expand and improve health service somewhat, many doubted that the improvements made possible by the video link were worth the expense and the inconvenience. In contrast, these same people approved unanimously of the problem-oriented computerized system of record-keeping that was developed in conjunction with the experiment, and the IHS plans to introduce the system statewide.

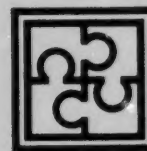
OF NOTE:

- Some aides invite their patients to listen to the long-distance consultations.
- Doctors in remote locations were offered the chance to participate in a series of round-table discussions via satellite, but the program fizzled because IHS doctors in Alaska have such demanding caseloads that they couldn't follow a rigid time schedule. However, a course on cardiac care was offered to nurses at regional hospitals via the satellite and was well-received.
- Most health aides are village women with at least a fair command of English.
- Since the community recruits its own health aide, acceptance of the program tends to be high, and staff turnover is kept at a minimum.
- Besides appreciating its medical function, villagers value the radio system as a means of keeping in touch with other villages, particularly with friends and relatives who are hospitalized.
- When asked if they had learned anything in particular from listening in on consultations, six of the nine health aides in villages with satellite link-ups mentioned specific health facts. None of their counterparts in the control villages could recall specific information related to cases.

REFERENCES:

- An Evaluation of the Use of ATS-1 for Biomedical Communication in Alaska*, by Oswaldo Kreimer and others, Institute for Communication Research, Stanford University, 1974.
- "Telemedicine: Health Care for Isolated Areas," by Dennis Foote, *Development Communication Report*, No. 17, January 1977.
- Telemedicine in Alaska: The ATS-6 Satellite Biomedical Demonstration*, by Dennis Foote, Edwin Parker, and Heather Hudson, Institute for Communication Research, Stanford University, 1976.
- "Medical Communication in Alaska by Satellite," by Heather Hudson and Edwin Parker, *New England Journal of Medicine*, December 1973.

Clearinghouse on Development Communication
October 1977



THE COMILLA PROJECT

Bangladesh

TARGET AUDIENCE:	Rural people in the administrative unit of Comilla (approximately 200,000 people)
OBJECTIVES:	To use nonformal education, surplus labor, and technical innovations to raise agricultural productivity and to promote voluntary community development activities
MEDIA:	Audio-visual aids, demonstrations, print, slide and audio tapes, folk media, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Academy for Rural Development (Bangladesh), the Ford Foundation, and the International Cooperation Administration (now the U.S. Agency for International Development)
DURATION:	Started in 1959; ongoing
CONTACTS:	Khandaker Asaduzzaman, Director, Academy for Rural Development, Kotbari, Comilla, Bangladesh

DESCRIPTION:

A prototypical development effort, the *Comilla Project* has weathered a civil war, bureaucratic upheavals, and the better part of two decades. It was designed by the national government's Academy for Rural Development as a development laboratory in the most adverse of socioeconomic conditions. In the roughly 100 square miles of the Comilla Thana (jurisdiction), average farm size, annual income, literacy rates, and life expectancy rates were among the world's lowest when the project began. Infant mortality rates and population density, on the other hand, were spectacularly high.

No master plan guided the *Comilla Project's* planners. The Academy staff members, assisted by advisory teams from Michigan State University and the Ford Foundation instead began with the theories and research findings of social scientists and an intimate knowledge of the customs, business methods, and agricultural practices prevailing in the Comilla Thana. Thus equipped, they tried to find practical ways of meeting five carefully chosen objectives: (1) to base the project on sound economic principles likely to promote increased production and family income; (2) to develop a new institutional framework whose keystone is two-way flow of ideas and information between the village and the project offices; (3) to focus project activities on immediate problems without losing sight of long-term concerns; (4) to encourage the formation of disciplined groups of citizens who band together voluntarily in order to pool their resources, make decisions affecting group welfare, and discover new ideas and practices; and (5) to involve all project officials as teachers and guides rather than as supervisors.

A four-part project was developed to serve the five key objectives. The first component is a federation of agricultural cooperatives — each of which consists of 30 to 60 members and includes a chairperson, a manager, and a model farmer. Parallel to this federation is one composed of co-ops of artisans and laborers. Both the agricultural co-ops and the Special Cooperative Societies fall under the purview of the Thana Central Cooperative Association, whose members are representatives of the constituent organizations. The second component is the Thana Training and Development Center, a sort of campus at which project activities are coordinated and integrated, information is distributed, and classes and demonstrations are held. The third component comprises the women's program and other special activities aimed at helping passed-over groups increase their earning power and better their health. The fourth component, rural works, entails irrigation, electrification, and building projects.

The emphasis in the nonformal education activities is on solving basic problems related to agriculture, employment, health, nutrition, and family planning. Little distinction is made between educational and business activities, weekly meetings serve in lieu of formal classes, and the use of the mass media is foregone in favor of more intimate training devices.

RESULTS:

By 1978, the *Comilla Project* had 15,000 members in 420 agricultural cooperatives. The agricultural cooperatives had brought roughly 16,000 acres of land under plow by installing 286 irrigation pumps and tube wells and had adopted higher yielding varieties of crops. One report shows that about 95 percent of the land in the Comilla Thana was being cultivated by farmers who had embraced at least one of the practices being endorsed to increase production. Somewhat contradictorily, a survey conducted in the early 1970s by the Academy showed that nonformal education activities, while perhaps cost-effective, had not deeply affected more than 10 percent of the area's rice cultivators. The impact of such educational activities on other target groups was not systematically evaluated.

Bureaucratic infighting in the aftermath of Bangladesh's war of independence in 1971 impeded project expansion, but probably the most significant result of the *Comilla Project* is its widespread replication under the Integrated Rural Development Program. A nationwide program modeled after the *Comilla Project* was adopted in 1972 as part of Bangladesh's first five-year plan. The expanded program, however, reportedly suffers from the neglect of education activities, poor management, and a lack of both funds and materials.

Current emphases in the program fall upon local institution-building and the improvement of the physical infrastructure, dual priorities that Bangladesh planners associate with China's successful rural development program. According to one development analyst, the most serious handicaps to realizing the goals embodied in these priorities are (1) a lack of integration of efforts to build roads, irrigation systems, councils, and cooperatives and (2) the counterproductive rivalry of proponents of various development approaches.

OF NOTE:

- Nonformal education activities within the *Comilla Project* have accounted for only a small portion (estimated at 15 percent) of the project's total costs.
- *Imams* (Moslem prayer leaders) were given teaching roles in this project, an assignment that both made use of local talent and disarmed potential resistance from the conservative *imams* themselves. The Ministry of Education, however, disapproved of this move.
- Some of the rural elite have taken charge of local nonformal education groups only to use classes as a cover for exploitive business dealings.
- U.S. grants under PL480 were used to erect some of the buildings and other facilities used by the Thana Training and Development Center in the 1960's. But since then, the Government of Bangladesh has been providing the facilities.
- Academy-level personnel (U.S.-trained professionals) at first resisted taking on grassroots responsibilities and duties not usually shouldered by the professional class in Bangladesh. But most now admit that fieldwork and frequent contact with the villagers help keep program objectives and activities realistic. The Academy's faculty is now intimately involved with project development and nonformal education.
- Village singing groups infuse performances of traditional songs in local markets and villages with messages on agriculture, family planning, and Academy projects.
- One analysis of why the success of the *Comilla Project* has been difficult to duplicate focuses on four essential but scarce ingredients: charismatic leadership, virtual bureaucratic autonomy, the (albeit guarded) willingness of academics to maintain direct contact with the project's beneficiaries, and openness to various development models.

REFERENCES:

- "Comilla Revisited (May-June 1977)," Akhter Hameed Khan, Department of Agricultural Economics, Michigan State University, undated and unpublished paper.
- "Nonformal Aspects of the Comilla (Bangladesh) Project," Syed A. Rahim in *Report on Conference and Workshop on Non-Formal Education and the Rural Poor*, Richard O. Niehoff, editor, 1977.
- "The Comilla Experience in Bangladesh — My Lessons in Communication," Akhter Hameed Khan in *Communication and Change: The Last Ten Years — And the Next*, Schramm and Lerner, editors, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
July 1978

LAEDZA BATANANI

Botswana

TARGET AUDIENCE:	Villagers in the northeastern section of Botswana's Central District
OBJECTIVES:	To encourage community participation in development efforts, to identify villagers' perceptions of their own problems, and to generate support for government-sponsored projects
MEDIA:	Popular theater: drama, puppetry, dancing, singing, drum-beat poetry
DONORS/SPONSORS:	Tutume Community College, Division of Extra-Mural Services; Tutume Sub-District Extension Team; Botswana Extension College
DURATION:	Initiated in 1974; ongoing
CONTACTS:	Ross Kidd, International Council for Adult Education, 29 Prince Arthur Avenue, Toronto, Canada, M5R 1B2; Martin Byram, NFE Materials Development Specialist, University College of Swaziland, Private Bag, Kwaluseni, Swaziland; Frank Youngman, IAE/UCB, Private Bag 0022, Gaborone, Botswana; Jeppe Kelepile, Coordinator, Cultural Development Project, Institute of Adult Education, P.O. Box 226, Francistown, Botswana

DESCRIPTION:

Laedza Batanani (which means "the Sun is already up, so come and work together") is an awareness-raising project begun in 1974 to motivate people to help themselves and to take full advantage of government-sponsored development opportunities. Put together by local leaders and government extension workers, the "community awakening" campaign takes the form of an annual series of village festivals.

The project began as an experiment in the use of popular theater by government extension workers and still retains an empirical flavor. At the time of its inception, the community involved was plagued by apathy — a direct product of its scattered settlement pattern, its neglect by men employed outside the area, and weak leadership from traditional authorities. Thus, when leaders at a village development conference responded in a lively way to dramatized case studies and recommended a follow-up program in the villages, the organizers decided to respond with a mobile campaign using drama and other media. The first festival was highly successful, and participants demanded that it become an annual event.

Each festival is run as an integrated nonformal education project involving every extension worker in the area either as a local organizer or as a member of the mobile team of actor-animators. Each campaign also constitutes a community-organized effort: community representatives attend a pre-campaign planning workshop (in which priority issues are identified), provide back-up support for the festival, and participate in festival performances.

Each year the campaign team tours the area's five major villages and puts on a 90-minute performance of drama, puppetry, dancing, singing, and drum-beat poetry in each. After every performance, the actors and local extension workers divide the audience into groups to discuss the problems presented. A recent innovation is a post-campaign program of practical demonstrations and other activities (e.g., seed distribution) to help people move from discussion to action.

The major medium used in each festival is "rough" or "popular" drama, which relies on improvisation rather than on a fixed script and depends upon the actors' close familiarity with the issues rather than upon rehearsals. Words are kept to a minimum and the narrative is repeated continually for the benefit of latecomers. Knock-about action is used to hold people's interest and audience participation is emphasized. Other media (puppetry, singing, dancing, poetry) are used to reinforce the messages communicated through the drama.

RESULTS:

Laedza Batanani attracts large numbers of people, many of whom have never before taken part in development programs. The festivals present local issues in a compelling fashion and give villagers the chance to vent their complaints in an informal but personal context. The performances also provide excellent entertainment and stimulate local cultural activity.

Many positive changes have issued directly from *Laedza Batanani*: in particular, attendance at village development meetings has increased, the number of people infected with venereal disease who report their cases and show up for their injections has risen, and more home gardens have been established. In addition, the success of the project has prompted three other districts in Botswana to take the same approach to running integrated rural education campaigns.

OF NOTE:

- The characters in the "problem plays" are named for their vices and have already become part of village lore.
- The use of traditional dancing and of drum-beat poetry as festival media has proven extremely popular and has demonstrated the potential of folk media and folk artists for communicating modern development messages.
- Using the popular theater as a "mirror" — projecting everyday concerns through theatrical media so that community members can look at and discuss them collectively — has proven effective in *Laedza Batanani*.

REFERENCES:

- "Popular Theatre for Development," Ross Kidd and Martin Byram, *Convergence*, (1977), 10(2):20-31.
- "Organizing Popular Theatre: The *Laedza Batanani* Experience," Illustrated Handbook. R. Kidd, M. Byram, P. Rohr-Rouendaal, Popular Theatre Committee, Institute of Adult Education, Gaborone, Botswana.
- "Popular Theatre as a Tool for Community Education in Botswana," R. Kidd and M. Byram, *Assignment Children*, 44:35-66, UNICEF, 1978.

Clearinghouse on Development Communication
June 1977

ACCION CULTURAL POPULAR (ACPO) Colombia

TARGET AUDIENCE:	Colombian <i>campesinos</i> (small farmers)
OBJECTIVE:	To provide subsistence farmers with basic education
MEDIA:	Radio, printed materials, interpersonal communication (supported by slides and films)
DONOR/SPONSOR:	ACPO is virtually self-supporting; 7 percent of its income comes from government sources, other grants of money or technical assistance have been made by interamerican Development Bank and AID
DURATION:	Founded in 1947; ongoing
CONTACT:	Bernal A. Hernando, Acción Cultural Popular, Apdo. Aéreo 7170 K39 A. No. 15-81, Bogotá, Colombia

DESCRIPTION:

Acción Cultural Popular began in 1947 as the handiwork of a 25-year-old Catholic cleric, José Joaquín Salcedo. An attempt to use radio to provide subsistence farmers with the knowledge critical to both personal and community development, ACPO first broadcast from a single radio station in Sutatenza.

What was once an experiment has become an institution. *Acción Cultural Popular* now airs basic education courses in literacy, numeracy, health, building, hygiene, economics, and personal development. It runs a training program to prepare its own staff of 900 for communications and development work; it sponsors a correspondence service; it publishes a weekly newspaper and operates a printing press; it offers short extension courses of immediate or local interest; it sells hundreds of thousands of books each year at cost to *campesinos*; it sends education and entertainment vans into the countryside to show films and pass out printed materials; and it develops new audiovisual aids and new curricula on an ongoing basis. At the moment, ACPO is also engaged in self-evaluation and a family-planning campaign it has dubbed "responsible parenthood."

The heart of ACPO, the radio school, embraces 22,000 study groups. The Radio Sutatenza groups are organized by local *campesinos* who schedule meetings, keep records, direct discussions, and counsel other group members. Learning cells rely on six cost-free textbooks that stand as a permanent record of the broadcast messages. These simple texts help the students acquire basic language and computational skills and present practical development-related information.

RESULTS:

An in-house evaluation of ACPO conducted in 1976 showed that 23 percent of the *campesinos* interviewed in five representative communities participated in the radio school, that those reached by Radio Sutatenza prefer it to any other station and that the number of community improvements in many areas correlated to the number than receive certificates for doing so. A more comprehensive evaluation has been made by the Learning Systems Institute of Florida University.

The most telling indicators of ACPO's success are, however, its 30-year survival, its financial independence, and its growth. Radio Sutatenza now reaches 17,000 *campesinos* who address between 75,000 and 80,000 letters and requests to the station each year. More than 11,000 community organizers have passed through the institutes and returned to their homes to combat poverty, disease, erosion, runaway population growth, poor sanitation, and illiteracy. Moreover, at least 15 other Spanish-speaking countries have modeled educational radio programs after the Colombian prototype.

OF NOTE:

- In rural Colombia, *El Campesino's* circulation (approximately 70,000) is greater than that of any other newspaper.
- *El Campesino* regularly features special pull-out supplements on family planning and education. These pull-outs can be hung as posters or folded up into booklets.
- Simple Campesino Library books for the newly literate cost the farmers about 13 U.S. cents each. Since 1963, well over a million titles — the most popular of which is called *Mother and Child* — have found their way into rural homes.
- The 20-member staff of ACPO's correspondence service answers roughly 200 letters a day. This service provides radio listeners with opportunities to ask questions about the broadcasts and to practice their literacy skills. It also supplies those who run ACPO with invaluable feedback.
- ACPO supports itself by sharing its radio station, recording studio, and printing plant with commercial interests.

REFERENCES:

- "Family Planning Education in Action: Some Community-Centered Approaches," Judy El-Bushra and Susan Perl, International Extension College and International Planned Parenthood Federation, London, England, March 1976.
- "Comunicación, Educación No Formal y Desarrollo Nacional: Las Radio Escuelas Colombianas," Juan Braun, *Educación Fundamental Integral*, No. 1, Bogotá, Colombia, August 1976.
- "A Field Evaluation of a National Nonformal Education System: ACPO," Robert M. Morgan, Liliana Muhlman and Paul Masoner, LSI, Florida State University, Tallahassee, Fla., 1979.

Clearinghouse on Development Communication
June 1977

RADIO MENSAJE Ecuador

TARGET AUDIENCE:	Rural Ecuadorian adults
OBJECTIVE:	To teach illiterate rural adults with educational radio programming devised by and for their peers
MEDIA:	Radio and cassette recorders
DONOR/SPONSOR:	University of Massachusetts Nonformal Education Project with funds from the United States Agency for International Development
DURATION:	Ongoing (initiated in August of 1972)
CONTACT:	Padre Isaias Barriga Naranjo, Director, Radio Mensaje, Tabacundo, Tabacundo-Pichincha, Ecuador, S.A.

DESCRIPTION:

Campesino-produced cassette programs were introduced into the broadcasts of a small regional station, *Radio Mensaje*, in late 1972 as an attempt to reach a high proportion of the estimated 44,000 illiterate adults in the vicinity of Tabacundo, Ecuador. The project was designed to win over a mass audience through open broadcasting and to make the listeners themselves the programmers and the broadcasters. Its immediate objectives were to see whether radio programming without sophisticated formats, educated accents, etc., would still interest audiences, and at the same time to broadcast community-generated content in the vernacular. Its long-range goals were (1) to heighten the listeners' feelings of self-worth, (2) to further community development, and (3) to upgrade the listeners' literacy and numeracy skills.

With a modest equipment grant from the University of Massachusetts, the project secured 40 audio cassette recorders and many tapes. This equipment was then parcelled out and made familiar to the unpaid teaching assistants in the area's 40 radio school centers. Each *auxiliar* now uses this equipment to record tapes that are aired on two half-hour programs each week.

The *Mensaje Campesino* (*The Farmer's Message*) broadcasts reflect the idea that farmers are so interested in hearing themselves on the radio that home-made programming can attract a wide audience. While the *auxiliares* take charge of recording the tapes and of delivering them to the stations, the broadcasts are no longer even edited, much less put in a set format. The programs contain advice, poems, songs, scripture readings, dramatizations of community problems, testimonials, reading and math lessons (broadcast in conjunction with a pre-existing radio-education program), and exhortations.

RESULTS

A questionnaire administered in 1971, 1972 and again in 1973 showed that the number of *campesinos* content to rely solely on "the help of God" in community-development matters shrank from 80 to 50 percent in one year in the Tabacundo area. During the same time, the number interested in working for those willing to experiment with production practices rose from 56 to 84 percent. Still, the questionnaire did not reveal any significant increase in self-esteem among the farmers. Observers, however, contend that important attitude changes have indeed taken place. Padre Isaias Barriga, the station director, believes that using the recorders has shown the *campesinos* that the "power of the word" is at their disposal and that both the goals and the satisfactions of country life are unique and worthwhile.

Progress toward meeting the project's other two goals is relatively easy to measure and has been quite marked. Correct responses on a community development questionnaire increased from 50 to 61.5 percent from 1972 to 1973. In particular, the number who thought that erosion was a "bad thing" jumped from 26 to 58 percent of those questioned. Similarly, the number who scored "high" (about 55) on a language and math test given yearly between 1971 and 1973 increased dramatically. Overall drop-out rates rose from 26 percent during the 1971-1972 school year to 45 percent during the next, but this problem probably reflects external factors (crop failures and subsequent migration in search of work — the latter facilitated by a new highway that cut "commuting time" to Quito in half).

OF NOTE:

- Left on their own after receiving half-hour briefings on how to operate the tape-recorders, the *auxiliares* quickly came to terms with the equipment and used it carefully and creatively.
- One participating rural group without its own tape recorder rented a car to take it to the radio station's studio so its members could give a "live performance."
- The highly technical remarks of one well-intending but out-of-touch agronomist were "translated" by a *campesino* into an easily comprehended style.
- One community taped the speech of a development-program official and kept the tape as a lasting record of his promises to the people.

REFERENCES:

- "Programming by the People: An Ecuadorian Radio Experiment," James Hoxeng, *Educational Broadcasting International*, Vol. 10, No. 1, March 1977.
- "Tabacundo: Battery-Powered Dialog," James Hoxeng, Valerie Ickis, and Alberto Ochoa, *Technical Notes on Nonformal Education*, Center for International Education, University of Massachusetts, Amherst, Massachusetts, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
June 1977

AGRI-SERVICE ETHIOPIA

Ethiopia

TARGET AUDIENCE:	Rural Ethiopian families
OBJECTIVE:	To furnish farm families with useful information and new perspectives on home sciences, economics, and village technology
MEDIA:	Print, demonstrations, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The MISEREOR Foundation (Germany); CIDA (Canada); Entraide et fraternité (Belgium); INADES; NOVIB (the Netherlands); Development and Peace (Canada); and various private donors
DURATION:	Established in 1969; ongoing
CONTACT:	Telahun Haile, Director, Agri-Service Ethiopia, P.O. Box 2460, Addis Ababa, Ethiopia

DESCRIPTION:

The *Agri-Service Ethiopia* (ASE) correspondence course program was designed in 1969. Private, nonsectarian, and nonprofit-making, ASE bases its philosophy and teaching methods on those developed at INADES. It exists primarily to serve the information needs of rural people and to further the development goals that traditional Ethiopian mutual-help organizations work to realize. Its main goals are to conduct research and educational experiments, to disseminate its course materials throughout Ethiopia, to make the most of its own managerial and other resources, and to integrate its work with that being done by other education and development agencies. ASE's courses cover most aspects of personal and community development: home sciences, agriculture, gardening, hygiene, socioeconomics, and topics of strictly local interest.

The first year of the project was devoted primarily to the preparation of courses on agriculture and hygiene. Between 1970 and 1972, classes got underway, the first and second year agriculture curricula were revised, and the introductory economics courses were developed. In practice, preliminary activities included translating and adapting materials shared by INADES, talking with farmers and incorporating their ideas and vocabulary into the texts being developed, correcting the texts, and making contact with farmers interested in participating in pilot or first-year programs. The production of serialized booklets and the gazettas (supplementary materials in newspaper format) used as companions to the booklets required most of the staff's resources.

In 1973, ASE began to expand the scope of its activities to embrace development activities other than education. Its first efforts included working with the Ministry of Community Development on a water-supply project financed by MISEREOR in the Bombe district, contributing services to an agricultural and training center in Wadja (that has since closed down), and cooperating with a textbook-production project sponsored by the Ministry of Education. In 1974, ASE organized its first seminar for group leaders, having sent 11 ASE leaders to a WADU (Wolayta Agricultural Development Unit) development seminar the previous year.

ASE underwent major changes in 1976. It moved its headquarters from Wolayta Soddo to Addis Ababa in order to cooperate more effectively with other agencies with similar interests. It also completed an extensive self-evaluation and decided to fortify its ties with farmer and peasant organizations. As of 1977, ASE has plans to construct a new office building in Addis Ababa, set up an offset printing press with French aid, assess the education needs of the farmers in peasant organizations, establish formal links to the Ministry of Agriculture, and study the feasibility of translating its "Introduction to Development" course into English for use in anglophone East African countries.

RESULTS:

ASE's initial self-assessment, carried out after one year of operating, revealed that in the area reached by ASE programs, more home gardens were being cultivated. In addition, more questions were being asked about long-honored traditions, interest in using scientific methods to solve social and economic problems had grown, more farm work tended to be done on schedule, and family cooperation appeared stronger than usual. At the same time, the staff identified its worst problems as a high drop-out rate among subscribers, a lack of funds, and a lack of transportation.

More quantitative evaluations conducted after the preliminary stock-taking showed that registrations increased from 213 in 1970 to 2,392 in 1976. (ASE estimates that nonliterate farmers who attend the study groups outnumber registrants by three to one.) One survey of 151 farmers found that 100 percent of the subscribers to the agriculture course hoped to pursue their studies, that 87 percent of all participants felt that the study groups were beneficial, and that 76 percent of the subscribers had tried out the methods they had studied. Another survey found, however, that the hygiene course had not significantly influenced the housekeeping of the participants.

Records for 1976 are more detailed than those for preceding years. Statistics show that 6,000 worksheets were received and answered by the ASE center, that five-sixths of all subscribers enrolled in the agriculture courses, and that ASE is at least temporarily solvent.

OF NOTE:

- By trial and error, ASE has found that its subscribers prefer illustrations to photographs and that the students responded more favorably than had been expected to the use of diagrams in the booklets.
- ASE has published two research papers — one on its own study of socioeconomic factors in southwestern Ethiopia and another on rural markets and prices in the Wolayta district — and will soon put out a bibliography of recent socioeconomic publications on rural Ethiopia.
- In conjunction with its home sciences and women's education courses, ASE develops materials for use by nonliterate. In particular, a picture album on the education of children is being devised, and "circular letters" written and read aloud to groups by ASE home agents have been widely and successfully used.
- The agricultural section's new series on village technology will include booklets on tanning, animal slaughter, bee-keeping, forest conservation, fibrous plants, tobacco growing, compost-making and soil biology.
- ASE hopes to receive aid from the Ethiopian Government in 1978, though no promises or agreements have been made.

REFERENCES:

"Evaluation of the Agri-Service-Ethiopia Program in Wolayta (Sidamo Region), #M76-1166, United Nations Economic Commission for Africa, Addis Ababa, (undated).

"Annual Report 1976: Agri-Service-Ethiopia," Report No. 8, Agri-Service Ethiopia, Addis Ababa, January 1977.

Clearinghouse on Development Communication
October 1977

INTEGRATED FAMILY LIFE EDUCATION PROJECT

Ethiopia

TARGET AUDIENCE:	Ethiopian adults in four areas (approximately 360 people in the pilot project and 500 in the second cycle)
OBJECTIVES:	To identify the educational and development needs of rural Ethiopians and to create cooperative, replicable, and self-sustaining programs to meet those needs
MEDIA:	Print, film, posters and charts bearing enlarged photographs, interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Ethiopian Women's Association and various Ethiopian government ministries, with financial support from the Africa Bureau of the U.S. Agency for International Development and technical assistance from World Education
DURATION:	Pilot project begun in 1973; second two-year cycle ongoing through December 1977
CONTACTS:	Zwedie Abeqaz, Director, Integrated Family Life/UNICEF, P.O. Box 30104, Addis Ababa, Ethiopia; Noreen Clark, Columbia University School of Public Health, New York, New York 10027, U.S.A.; John Pettit, World Education, 251 Park Avenue South, New York, New York 10010, U.S.A.

DESCRIPTION:

The Integrated Family Life Education (IFLE) Project was designed to show that combining literacy and numeracy classes with practical education in health, agriculture, civics, and family planning is peerless as a means of fostering self-reliance among rural adults with little or no formal schooling. An outgrowth of the activities of the Ethiopian Women's Welfare Association, the *IFLE Project* receives support from the Ethiopian Ministries of Health, Education and Agriculture, and from such organizations as Family Guidance and the Nutrition Institute. The project began on an experimental basis at six centers in late 1973 and has incorporated the findings of a preliminary evaluation done in 1974 into its second cycle.

The backbone of the *IFLE Project* is the group leader, a responsible educated adult (usually a primary-school teacher) selected by the community. The duties of the group leader, who receives two weeks of training in techniques of leadership and who guides groups of from 25 to 35 participants, include teaching classes, making home visits, interviewing participants, filling out forms that are reviewed weekly by the leader's supervisor in Addis Ababa, and initiating self-help projects. In short, the responsibilities of the group leader mirror precisely the goals of the project. The leader receives help from extension agents, the project's administrators, community leaders, and guest lecturers who relieve part of the burden of keeping the classroom lively, but the leader's involvement and commitment are together probably the chief determinant of the project's success or failure.

The approach and subject matter stressed by group leaders vary slightly from site to site. In general, though, variations of the methods developed by *IFLE's* educational consultants are employed. Each lesson focuses on a concept or problem, which is represented on a lesson card bearing pictures and key words or phrases. The cards (which the participants collect in handsome binders that some refer to as "their growing books") spark discussion and form the basis of literacy and numeracy studies.

The media used in the *IFLE Project* are visual. The cards feature pictures that are blown up and used as charts in discussion. In addition, from one to three films (on agriculture, family planning, and nutrition, etc.) have been shown at each of the six project sites. Great care is exercised to keep the graphic materials easy to grasp and to make sure that they depict community life accurately.

RESULTS:

By comparing extensive benchmark data gathered by researchers at the National University of Ethiopia with the information gleaned from post-program interviews, evaluators were able to measure gains in literacy and numeracy skills, assess changes in attitudes about development and adult education, and identify improvements in agricultural, family planning, and health practices. Attendance records, "Community Profiles," questionnaires, observable changes in the community, and the testimony of both group leaders and participants were used as bases for evaluating the project.

At the three centers in Entoto, the literacy-numeracy level increased to an average of 89 percent for all participants. In addition, the use of pit toilets, the number of adults and children receiving vaccinations, and the level of participation in self-help programs other than *IFLE* increased dramatically during the project's experimental phase.

In Addis Alem, 80 percent of the participants could write more than a sentence and 77 percent could solve simple math problems at the end of the course (only 12 percent could do either at the onset). The use of covered pit toilets and of garbage pits increased only slightly among this group, but knowledge of family planning techniques increased from 2 to 77 percent, and the number who tended gardens rose from 22 to 45 percent.

In Kuriiftu, where 62 percent of the participants were illiterate at the start of the project, everyone had acquired some literacy skills and most (89 percent) some competence in mathematical computation by the end of the project. Use of covered pit toilets was already high in this area and changed little. Those with knowledge of specific family planning techniques increased from 40 to 95 percent, and the number of people tending home gardens increased from 11 to 68 percent.

The *IFLE* center at Lumamie also wrought considerable changes. Literacy and numeracy rates were initially quite high in Lumamie, a road-side rural center; they rose from about 82 to about 90 percent (combined literacy-numeracy average). The use of covered pit toilets tended to remain low (increasing from 3 to 9 percent), but acceptance of the idea (not necessarily the practice) of family-planning increased from 22 to 70 percent. The number of people with home gardens increased from 6 to 26 percent in Lumamie.

OF NOTE:

- Deeply committed to *IFLE*'s success, the elders in one village paid the stipends for the group leaders out of pocket when funds from Addis Ababa failed to arrive on schedule.
- According to one group leader, "in the beginning participants would say they were too old to understand and (that) 'the eyes can't work anymore and the mind is tired.'" But after classes had been in session for a few weeks, the leader said, "they told me that they were improving and that they were happy and that the mind isn't tired anymore."
- At the request of participants, group leaders, and board members, 30 of the first set of 80 cards were changed. Most changes were made to clarify confusing or ambiguous images, or to simplify the presentation of mathematical concepts.
- Community leaders in most of the project sites passed the responsibility of selecting group leaders on to the staff or principal of the local school.
- Typically, group leaders consider their involvement in the community the most rewarding aspect of their jobs, and both completing detailed forms each week and putting up with irregular attendance the least.

REFERENCES:

- "Family Life Education in Ethiopia," Gus Hedberg and others, *World Education Reports*, No. 12, June 1976.
- "Integrated Family Life Education Project," John J. Pettit, *World Education*, January 1977.

Clearinghouse on Development Communication
January 1978

SATELLITE INSTRUCTIONAL TELEVISION EXPERIMENT (SITE)

India

TARGET AUDIENCE:	Inhabitants of 2,400 remote villages in less developed districts of six Indian states, and urban and semi-urban viewers in and around Delhi and Amritsar and in Kheda district of Gujarat
OBJECTIVES:	To develop and assess the potential of a satellite-based instructional television system for national development through formal and nonformal education
MEDIA:	Direct broadcast television via satellite to villages, and rediffusion via urban terrestrial transmitters
DONORS/SPONSORS:	The Indian Space Research Organization (ISRO); the Ministry of Information and Broadcasting; the Ministry of Education; the U.S. National Aeronautics and Space Administration (NASA)
DURATION:	With satellite, one year (August 1975-July 1976); ongoing, relying on terrestrial television transmitters until India's own satellite is ready in 1981
CONTACTS:	Professor E. F. Chitnis, Space Applications Center, ISRO, P.O. Bag 11, Jodhpur Tekra, Ahmedabad 380053 India

DESCRIPTION:

In August 1975, after six years of planning, India began a unique and massive experiment to support national development through instructional television broadcast via satellite. The primary goal of the Satellite Instructional Television Experiment (SITE) was to provide formal and nonformal educational and cultural programming to villagers in remote rural areas. The U.S. National Aeronautics and Space Administration lent India the ATS-6 satellite for one year, positioning it over the Indian Ocean. The satellite was used to beam programs to community television receivers in 2,400 villages chosen for the experiment (a potential daily audience of 2.8 million). The Indian Space Research Organization (ISRO) was responsible for the hardware ground segment of the experiment; Doordarshan (the Indian national television service) for producing the majority of the programs; and the Space Applications Centre of ISRO for program evaluation.

Programs were broadcast for four hours each day in four of India's 14 major languages, either with separate programs for each language or with a dubbed second sound track. A variety of program formats was used, including lecture-demonstrations, interviews, drama, panel discussions, song and dance, puppets, and response to viewer mail.

The largest amount of programming time was directed toward nonformal education in agriculture, health, and family planning, aimed at a general adult audience. These programs, broadcast for 2 1/2 hours each evening, included a one-half hour national news program in Hindi and 40 minutes to an hour of regional development-oriented programming in Hindi, Telegu, Kannada, and Oriya. The second largest amount of programming time was directed at an in-school audience of children aged 5-12; the broadcasts provided educational enrichment rather than basic curriculum, with a heavy emphasis on science education. School programs were broadcast for 1 1/2 hours each day (22 1/2 minutes in each of the four languages). Teachers were given some training in how to use the television lessons and how to relate them to the child's environment. They were also provided with printed program synopses prior to each broadcast, and with activity suggestions and wall posters. The third major program, teacher training, was conducted during school vacation periods and was part of a larger multimedia course that used other instructional communication methods as well.

Additional ancillary activities and "experiments-within-the-experiment" included a training program for agricultural extension agents and the establishment of an experimental field laboratory for testing grassroots programming approaches. The laboratory broadcast experimental programs to a 40-kilometer radius in Kheda district using a conventional 1kw terrestrial transmitter.

India's major goal was to gain comprehensive experience in developing, testing, and managing a satellite-based instructional television system, in anticipation of its own domestic satellite system. To this end, all of the

ground-based material, from electronic hardware to program software, was developed and produced in India. Because the ATS-4 generated higher-powered signals than did earlier satellites, it required a less powerful and less expensive earth station to transmit the signal, which the Indians were able to build with a minimum of imported parts. Similarly, the 2,400 direct reception systems, which consisted of a ten-foot wire-mesh antenna, a front-end converter, and a television monitor, were all manufactured in India, at a cost of about \$1,100 each. Special base production centers were established in Cuttack, Hyderabad, and Delhi to produce language- and area-specific programming using one-inch videotape. Four maintenance centers were established in each of the six states, each responsible for keeping 100 community receivers in working order.

SITE was also characterized by a strong research and evaluation component. Audience profiles and needs assessment studies were conducted. A few pilot programs were designed and pretested in villages. During broadcast transmission, there was regular feedback from the audience on message impact and viewing conditions. Anthropologists who went to live in selected villages from six months before SITE until three months after its conclusion performed holistic studies on cultural and communication patterns and how they were influenced by the project. Sociologists conducted surveys on the impact of one year of television on adult villagers. Psychologists studied the impact of television on primary school children.

RESULTS:

Perhaps the most significant outcomes of the SITE project were the successful coordination between the two major government agencies involved, and the successful demonstration of technical and operational expertise on a large scale, using complicated technology in a Third World country. The project gave a geographically and socioeconomically diverse population access to a wide range of information. There were statistically significant gains in knowledge of preventive health measures, family planning, animal breeding, political information, and overall modernity. While television viewing did not displace or increase use of other media, it did increase the villagers' contact with the village-level extension agents. In general, the overall magnitude of knowledge gain was greater for lower castes, illiterates, females, low-income groups, and those who reported regular television viewing, that is, for groups that had less exposure to other information sources.

The first month's high average evening audience size of 300 leveled off to about 50-80 per village after the initial novelty wore off. Daily audience size depended on the agricultural activity levels and the programming expected that evening. The evening audience composition was approximately 50 percent adult males, 20 percent adult females, and 30 percent children. Small farmers and landless laborers formed the majority audience. The feedback study indicated that instructional programs and those with a message were preferred over purely entertainment programs. In the in-school program, children in television classrooms showed significant increases in language development. Television did not, however, have any impact on school enrollment or absenteeism figures. On the technological side, the reliability of village receivers was a little over 90 percent, once initial problems were resolved. Reliability of the main earth stations was about 99 percent.

OF NOTE:

- Thirty-four days before SITE broadcasts were scheduled to start, Indira Gandhi declared an Internal Emergency that involved the full censorship of all media. Many of the news segments were used to transmit information on the Emergency.
- One hundred and fifty battery-operated television sets were installed in one state in an experiment with a different reception possibility. These sets had fewer breakdowns than did those dependent on electricity.
- The SITE research and evaluation plan was conceived as a multidisciplinary exercise, involving over one hundred Indian social scientists and media researchers.
- Eighty-two percent of total SITE costs, roughly \$15-\$20 million, were incurred on hardware, 9 percent on software, 6 percent on management and coordination, and 3 percent on social research and evaluation.

REFERENCES:

- "Planning for Satellite Broadcasting: The Indian Instructional Television Experiment," by Romesh Chander and Kiran Karnik, UNESCO, 1976.
- "The Indian Satellite Instructional TV Experiment: Its Origins, Organization, Messages, and Effects," by Bella Mody. Paper presented at the International Communication Association's Annual Convention, 1978.
- "SITE Teacher Training," a *Project Profile*, Clearinghouse on Development Communication, January 1978.
- "SITE in India: High Learning Gains, Low Overhead," *Development Communication Report*, No. 19, July 1977.
- "Planning Development-Communication Software: Lessons from SITE," by Bella Mody, *Development Communication Report*, No. 23, July 1978.

Clearinghouse on Development Communication
September 1979

INADES Ivory Coast (Headquarters)

TARGET AUDIENCE:	Rural Africans (especially subsistence farmers, village women, and development workers)
OBJECTIVE:	To provide practical basic education to rural Africans as a means of supporting indigenous development efforts
MEDIA:	Print reinforced by interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Established by Catholic bishops; now supported by subscribers' fees and donations of services and funds by governments and voluntary agencies
DURATION:	Founded in 1962; ongoing
CONTACTS:	Samuel Agumado, Officer, Anglophone Countries, INADES-Formation, B.P. 8008, Abidjan, Ivory Coast; Tony Dodds, International Extension College, 42 Store Street, London, WC1E 7DB, U.K.

DESCRIPTION:

Catholic bishops founded the *Institut Africain pour le Developpement Economique et Social* (INADES) in 1962 to address the education needs of African villagers. The first section established was the Cadre-Service-Africa, which sponsors courses in agriculture, industry, commerce, teaching, administration, and other fields for middle-level workers who have completed at least four years of post-primary schooling. In 1965, INADES began offering correspondence courses to subsistence farmers under the auspices of its second section, Agri-Service-Afrique. Two years later Cadre-Service-Africa and Agri-Service-Afrique were combined into the African Training Centre; at the same time, a Department of Women's Training (*Service Feminin*) was created in response to the demands of farmers who had taken the agricultural courses given by Agri-Service-Afrique. The Women's Department produces teaching materials and provides guidance for village women and female development workers. In 1972, the two sections of INADES were reorganized under a department called INADES-Formation.

INADES courses are designed to take about one year each to complete and to be taken in succession (easiest first) for four years. Each course, however, is self-sufficient, and some upper division courses are taken almost exclusively by officials and extension agents. Courses are organized around the use of serialized booklets in local study groups organized by extension agents. These booklets, 9 to 15 of which are used in each course, were originally adapted from French material but have been completely reworked to reflect local customs and concerns. Because a high percentage of INADES subscribers are not literate, booklets used in beginning courses are written in the simplest language (a basic 600-word vocabulary) and incorporate drawings and other visual aids; thus, readers can help those who cannot read to understand the material.

The correspondence component of INADES courses is based upon pull-out questionnaires included in each study booklet. Students are asked some control questions (to help curriculum specialists determine if the courses are understood), some questions that require subjective answers based on reflection, and some questions designed to force the student to make connections between the course content and personal experience. In addition, subscribers are invited to write letters to the questionnaire-readers on any topic they choose.

Two other components of INADES are a program of three types of seminars — those for farmers not yet involved in INADES activities, those for participants in the agriculture courses, and those for development workers — and a research unit, which includes a documentation center. The seminars provide publicity, motivation, and a means of following up the correspondence courses. The research unit engages in planning, curriculum development, and outreach activities.

RESULTS:

All INADES training systems include evaluation components (mail-in feedback questionnaires, discussion, or observation), and courses and materials are perpetually updated in response to such evaluation. In addition, a detailed evaluation of the overall operation carried out in 1971 showed that at that time 2,625 people had completed the first two agricultural courses, 159 cadres had been trained, 370 subscribers had finished the advanced agriculture course, and 1,079 women social workers had taken "feminine training" courses. (An estimated 6,000 additional students followed the courses without registering for them.)

The best indicator of INADES' impact in recent years is its growth. With regional offices in Togo, Upper Volta, Zaire, Rwanda, Burundi, and Ethiopia (as well as in the Ivory Coast), INADES now works in 20 African countries, Brazil, and Indonesia. INADES materials are now available in Arabic, Spanish, Portuguese, English, and various local languages. In the midst of this prodigious expansion, INADES has kept its staff small, its per student costs low, and its emphasis sharply focused on problem-solving.

OF NOTE:

- INADES' trimestrial bulletin for extension agents, "Agripromo," gives development workers news of what their fellow workers are doing.
- Part of INADES' stated philosophy is that extension workers must allow themselves to be influenced by those they try to influence, and that all participants must pay something, however small, as tuition.
- Typical examples of INADES-Formation's involvement in the training of extension workers are a contract with a textile company and another with a state agency that monitors and regulates rice cultivation. Both projects are Ivorian, and each calls for the training of 200 people.
- Most study groups are based on existing social units (villages, families, or age groups). Most groups meet once a week or twice a month and adjourn for the rainy season.

REFERENCES:

- "INADES — A Case Study," Chapter II, *Correspondence Education in Africa*, Antoine Kabwasa and Martin M. Kaunda, eds., Routledge and Kegan Paul, Ltd., London, 1973.
- "Rural Nonformal Education," by Jim Herm, unpublished paper, December 1976.
- "The Experience of the Institut Africain pour le Developpement Economique et Social," record of a speech given by Samuel Agumadu in 1976.

Clearinghouse on Development Communication
October 1977

ASSOCIATION OF RADIO CLUBS OF NIGER

Niger

TARGET AUDIENCE:	Adult Nigeriens, especially those living outside the city
OBJECTIVES:	First, to provide information and advice in local languages to rural Nigeriens on matters related to their daily needs and to the improvement of their living conditions; second, to publicly broadcast farmers' opinions and statements on discussion topics
MEDIA:	Radio, tape recorders, print, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Radio Broadcasting Service of Niger, the Nigerien Planning Ministry, Radio Niger, Nigerien Commission for Youth Activities, Nigerien Commission for Mass Information, and the French Government
DURATION:	Founded in June 1962; ongoing
CONTACTS:	Boubacar Danrani, Responsable de l'ARCEN, B.P. 605 Niamey, Niger; Stephen Grant, Service d'Evaluation, B.P. 4717, Abidjan, Ivory Coast; Robert Lefranc, Director, Centre audio-visuel, Ecole Normale Supérieure, Saint-Cloud, France

DESCRIPTION:

The Association of Radio Clubs of Niger (ARCEN) was established in June 1962 under the auspices of the Radio Broadcasting Service, Radio Niger, and government officials. Its founders' goals were to promote democratic practices in Nigerien villages, to identify and train village leaders, and to set up reception centers. Underlying these objectives was the desire to provide villagers with the means to customize local programming, ridding it of its alien urban stamp, and to make heavy use of village feedback in centrally produced programming.

Radio was a natural choice as the medium to mine public opinion and to broadcast educational and civic programs because the oral tradition has long prevailed in Niger. The power accorded the spoken word has also forced the ARCEN project staff members to devote scrupulous care to the formation and translation of messages and programs. The producers in Niamey prepare radio-programs in three languages: Haoussa, Djerma, and Tamachec. The programs can be classified according to three types: lectures on topics of general interest to all Nigeriens, talks on subjects of regional interest, and taped free-form discussions by participants of issues covered in either of the first two categories of programs. Topics of general interest range from agricultural credit and environmental protection to the function of parent-teacher associations. Regionally broadcast programs include discussions of various Nigerien cities and their problems.

Listening clubs were originally formed by village volunteers supervised by the central office staff (composed at present of a coordinator, one producer and two assistant producers, one writer, a maintenance technician, two secretaries, and a chauffeur). Gradually, the need to pay these organizers became clear, and now animators — most of whom are civil servants, teachers, male nurses, and agricultural advisers under 35 years of age — are recruited selectively and given a three-week training course on national development goals, media equipment use, data collecting, and group dynamics. Animators, who are paid both a flat fee and an increment based on productivity, are responsible for taping interviews with both the participants and resource persons, leading the weekly post-broadcast discussions, and collecting feedback from the participants. They receive support from Niamey in the form of mimeographed discussions of the upcoming program topics, instructions for handling discussion, lists of sample discussion questions, and standard forms for use in program evaluation.

The number of listening clubs formed to consider and create programs has fluctuated, averaging more than forty in the project's first years, peaking at seventy, and holding steady at about thirty in 1978. ARCEN officials are apparently unconcerned about the decline, however, preferring quality to quantity in a program intended to remain experimental.

RESULTS:

No evaluation of the *Association of Radio Clubs of Niger* has been conducted for more than a decade, and no quantitative evaluation of learning gains or awareness levels has ever been attempted. A report published in the early years of the program's operation contained claims that the listening clubs and the broadcasts had had far-reaching effects in terms of identifying local leaders, creating a psychological climate favorable to national development efforts, and stimulating community works projects and other social advances. Little concrete evidence supports such claims, however, so the project's success can only be measured in terms of ARCN's longevity (at 15 years, something of a record among development-communication projects) and its enrollment (estimates of which vary).

OF NOTE:

- The rate of return of feedback forms by the animators is reportedly 100 percent.
- Programs in Tamachec, the language of many Nigerien nomads, are broadcast only in the summer months, when the desert dwellers drive their livestock to the salt licks. Transistor radios, as well as salt blocks, are part of the camel-carried baggage of the migratory tribes.
- "Start from the standpoint of life as it now is, explain it — and transform it," is the stated philosophy of ARCN's promoters and programmers.
- Surveys, radio transmissions, and discussions cover only simple and concrete subjects.
- Nominal fees are collected from the ARCN club members, but most participants do not officially register, and revenues from participants amount to only a fraction of the sum provided annually in government appropriations and subsidies.
- Among measures taken to keep newly trained instructors from becoming intellectually isolated are systematically reviewing their work, circulating a journal containing relevant pedagogical texts, and conducting written exams to identify and reward high achievers.
- Care has been exercised to make sure that government officials, some of whom objected to ARCN at its outset on grounds that it was unnecessary or counterproductive, see ARCN as complementing and supplementing their work.
- Radio Programs, which are broadcast first on Monday night and repeated on Thursday at the same time, are always revised before they are re-broadcast. Many are run during one week only.

REFERENCES:

- "A Recent Look at Niger's Radio Clubs," Stephen Grant, Abidjan, Ivory Coast, unpublished paper, 1978.
- "Radio Clubs in Niger," Robert Lefranc, in *New Educational Media in Action: Case Studies For Planners*, Vol. III, UNESCO, 1967.
- "Radio-Clubs du Niger: Twenty Questions, Twenty Answers," Mimeograph, ARCN, undated.

Clearinghouse on Development Communication
October 1978

THE SHADAB INTEGRATED RURAL DEVELOPMENT PROJECT

Pakistan

TARGET AUDIENCE:	People living in 60 villages in the vicinity of Lahore (approximately 184,000 people)
OBJECTIVES:	To stimulate increases in agricultural production and marketing opportunities, to encourage the development of rural industries and housing projects, to set up cooperatives and credit schemes, to create opportunities for self-help and community involvement, and to conduct educational activities
MEDIA:	Print and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Pakistan's Integrated Rural Development Program, The Family Planning Association of Pakistan, and Pakistan's Ministry of Agriculture
DURATION:	Established in 1971; ongoing
CONTACTS:	Begum Surayya Jabeen, CPPO, FPAP, 3-A, Temple Rd., Lahore, Pakistan; Director General, Rural Development, Local Government Department of Punjab, Civil Secretariat, Lahore, Pakistan; John Rowley, International Planned Parenthood Federation, 18-Lower Regent Street, London SW1Y 4PW, England

DESCRIPTION:

The *Integrated Rural Development Project at Shadab* followed a string of integrated development projects that were at best half-successful. Like its failed predecessors, the project was designed to increase agricultural production. But it embraces virtually every aspect of rural life — something most of its forerunners did not. The components of the *Shadab Project* include community development, agricultural education and assistance, banking and credit schemes, elementary education for both adults and children, and a multi-dimensional family-planning element that includes vocational training, youth work, and literacy courses.

The linchpin of the *Shadab Project*, which serves as a pilot and a model for the IRDP in Pakistan, is organization. Coordinated under an umbrella whose spines are most flexible at the greatest distance from the center are all government agencies involved in rural development, as well as all semi-official, private, and commercial concerns with the same interests. The 60 villages in the project area are divided into ten union councils, and technical, material, and educational services are provided at the level of the administrative center, the *markaz*. This system is supervised by a project manager assisted by two helpers (one who manages technical affairs, another who watches over the cooperatives) and ten lower-level assistants (graduates of agricultural colleges who offer farmers advice and organize activities at the union-council level).

The approach to rural development taken by the *Shadab Project's* directors is to give the villagers the wherewithal they need to order their development priorities for themselves. Often, information is enough. But when it isn't, the project's beneficiaries use the same channel through which information flows to get other kinds of help: they go to the *markaz*, where most government and other agencies have representatives. These same administrative centers serve as the headquarters for the federated farmers' cooperatives.

At the village level, the project manager's ten assistants dispense information and supplies, help farmers arrange for the sale and shipment of produce, negotiate loans and credit for farmers, tend demonstration plots, help farmers put on agriculture fairs and exhibitions, and conduct meetings. Time permitting, they also organize youth clubs, oversee the provision of rudimentary health services, and form adult-education classes.

Adult-education classes are also conducted by the Family Planning Association of Pakistan in conjunction with this project. Utilizing trained teachers and print materials, these classes focus heavily on family-planning messages. Family-planning workers encourage local adults to attend the classes, and volunteers from the literacy classes also serve as agents to motivate people to try family-planning devices.

The long-range goal of the *Shadab Project's* director is to get government funds decentralized and dispersed through the *markaz*. Meantime, near-term plans include conducting training seminars for field staff and rallying more local leaders to the cause.

RESULTS:

Apparently, the *Shadab Project* has not been evaluated systematically. Signs of its successes and weaknesses have, however, caught many observers' eyes, and the family-planning component has been assessed quantitatively.

Indicators of success include a fourfold increase in agricultural production in one high-rainfall area included in the project, the fourfold increase in the number of family-planning acceptors in one year (from 779 in 1973 to 3,322 in 1974), and the construction of an all-weather road that facilitated trade and that brought government staff to some isolated villages for the first time. In addition, some farmers report getting two crops per year out of land that used to support only one and making other breakthroughs in crop yields.

On a more negative note, the speed with which project workers hoped local successes would be multiplied was, it is now thought, highly unrealistic given the limited availability of resources and trained personnel, and given the bureaucracy's predictable resistance to total integration. Nevertheless, as of early 1978, some 635 projects modeled after the *Shadab Project* had been started in rural Pakistan.

OF NOTE:

- Nine primary schools and 35 adult-education centers established in the *Shadab* area double as facilities for the People's Open University, which caters to rural people interested in pursuing vocational and technical training or taking university-level courses.
- Leaders and other key villagers were organized at the project's inception into a "model committee" whose guidance has proved critical to the *Shadab Project's* success.
- An estimated 95 percent of the farmers in the *Shadab Project* area were illiterate when the project began.
- Originally, the project manager was supposed to enlist the support of voluntary agencies, but most such agencies in the area turned out to be defunct, short of resources, or too poorly organized to be effective.
- According to the first project director, an impediment to achieving "horizontal coordination" in rural development is the feeling among those in various government departments that IRD is a superior department and a potential threat to the sovereignty of other agencies. "We are trying to convince them that we are not a department, but a program," he said while in charge.

REFERENCES:

- "*Family Planning Education in Action: Some Community-Centered Approaches*," Judy el-Bushra and Susan Perl, IEC Broadsheet #8, International Extension College and IPPF, London, 1976.
- "*Punjab's Push for Prosperity*," John Rowley, *People*, Vol. 2, No. 3, International Planned Parenthood Federation, London, 1975.
- "Description of *Shadab Pilot Project* Chung," document printed by the Government of Pakistan, undated.

Clearinghouse on Development Communication
April 1978

AUDIO CASSETTE LISTENING FORUMS

Tanzania

TARGET AUDIENCE:	Tanzanian women of Majengo and Kimundo (approximately 120 people)
OBJECTIVE:	To enable women to participate in the planning, implementation, and evaluation of a development program, thus increasing their confidence and ability to improve the conditions of their own and their families' lives
MEDIA:	Audio cassettes, print, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The Women in Development Office of the U.S. Agency for International Development, Room 3243, Washington, D.C. 20523
DURATION:	One year (1978); project renewal pending
CONTACTS:	Alisa Lundeen, Project Officer, Arusha Women's Participation in Development, USAID, P.O. Box 9130, Dar es Salaam, Tanzania; Women in Development Office, USAID, Department of State, Washington, D.C. 20523, U.S.A.

DESCRIPTION:

The *Audio Cassette Listening Forums* were conceived and carried out as a one-year pilot project aimed at making women more aware of their potential to be actors in the development process. The primary objective of the ACLF project was to involve the project participants in planning, implementation, and evaluation of a development project that centered on needs chosen by the participants. A secondary objective was to use audio cassettes and other relatively inexpensive and uncomplicated media in a development-education program and to test their effectiveness. Project components included a needs-resource survey conducted by the women participants, the local production of both problem-posing and informative tapes, discussions and planning by the women participants, and the implementation of some of the plans developed by the women.

Using three criteria — accessibility to the project center in Arusha, the presence of potential control groups within the immediate vicinity, and familiarity with the ACLF staff — the project planners selected Kimundo and Majengo as the project sites and Poli and Patanumbe as the control villages. The project sites selected represent radically different environments, the difference serving to put the validity of the project's goals and philosophical underpinnings into perspective. Majengo, established in 1975, is arid and subject to drought. Its constituents come from many tribes, make only a subsistence living off the land, and do without such basic services as medical care. Before the project began, Majengo's women's group met sporadically and failed to draw a large membership. In contrast, Kimundo is a relatively affluent village whose land is fertile and whose climate is hospitable. It enjoys easy access to schools and hospitals, and its women's organization (in operation since 1962) has long been actively involved in road-building, church-improvement schemes, village gardening cooperatives, and other local development projects.

Five group leaders from each village were selected at a general U.W.T. (*Umoja wa Wanawake* — Tanzanian Women United) meeting at which the project was described in detail. The five women selected attended a five-day training seminar in Freirean group dynamics and leadership techniques, conducted a pre-project needs survey, met weekly as a group to discuss project priorities and activities, taught project participants how to use the tape recorders, organized discussion groups and subgroups, and helped participants execute the plans formulated in these groups.

Questionnaires passed out by the group leaders to participants were intended to identify the participants' needs but instead provided sketchy and self-contradictory information. Interviews conducted by the group leaders, on the other hand, both provided the essential information and served to involve the potential participants emotionally in the project. Typical of the problems that surfaced in the interviews and that received attention later in the discussion groups were lack of water, inadequate sanitation, chronic drunkenness on the part of villagers, improper nutrition, and lack of clothing for children.

The communication strategy used in both the seminars and the discussion groups involved the integrated use of audio-cassette tape recorders and group discussion. The audio-cassette tape recorders were chosen because the cassettes are reusable, the technology enables the target audience to control the communication process and to offer on-the-spot feedback, users of the technology need not be literate, audio cassettes can be produced easily in the local dialect, and tapes extend the reach of project personnel. Problem-posing tapes were developed locally and provided a focus for discussion. Some of the information tapes, which covered such subjects as cholera symptoms and the principles of sanitation, were also developed on site, though many were produced by local health educators in response to requests made by discussion-group leaders.

RESULTS:

In post-project interviews, 73 percent of the responding participants in Kimundo reported having taken health-related actions related to the project, as did 63 percent of the Majengo respondents. As measured by pretesting, post-testing, an evaluation seminar, and unstructured observation, attitude changes were also considerable. Women's positive attitudes toward their environment and toward their own ability to improve their prospects increased significantly in the participating villages and failed to increase at all in the control villages. In Majengo, the increase was gauged at 100 percent, ostensibly because the women's group there had not had a strong impact before the project began. In contrast, attitude changes in Kimundo were slight, though positive. Both findings prompted the project staff to conclude that ACLFs probably have the greatest impact in communities in which no organization or systematic consciousness-raising has taken place prior to the onset of project activities.

Most of the project staff's assumptions about the appropriateness and effectiveness of audio-cassette technology proved true: the extension personnel did reach more people than they had, local production of tapes kept the project in local control, the tapes were duplicated and reused, illiterate women were able to handle the technology, and the tape recorders held up well and involved only minor maintenance costs. Eighty-two percent of the women of Majengo and 88 percent of the Kimundo participants found the tapes useful, while 39 percent of the Majengo respondents and 47 percent of the Kimundo respondents named cassette use as their favorite project activity.

Both women's groups have laid plans for continuing the discussions and activities that were initiated as part of the ACLF project. Unlike their counterparts in Kimundo, however, the Majengo village women thought the technology less vital than group discussion to the group's success. They recommended during the evaluation that future projects not include the technology; they contended that the process was most important and most replicable.

OF NOTE:

- A local singer wrote songs on each of the listening-forum topics. The songs were of the same two types as the tapes: informative and problem-solving.
- Locally manufactured tape recorders remain more expensive than imported ones, but the difference is diminishing, and many villagers already have audio-cassette players in their homes.
- Recognizing the potential of audio-cassette technology, two ACLF seminar participants developed and ran a health-nutrition information program on their own. They developed several message tapes that are now being used in clinic waiting rooms and in maternal- and child-health classes.
- Since the tapes concerned were locally produced, no attempt was made either to spread the ACLF messages beyond the target areas or to include any but requested information on the tapes.
- Holding small group meetings separate from the larger discussions inculcated the suspicion among some villagers that the small groups were breaking away from the established U.W.T. groups to start new organizations. This fear was allayed when small group meetings were rescheduled to convene immediately prior to the full sessions.

REFERENCES:

- "Audio Cassette Listening Forums: A Participatory Women's Development Project," Joyce Stanley with Alisa Lundeen, unpublished project document, January 1979.
- "Audio Cassette Listening Forums: First, Second, and Third Quarterly Reports (February 1978 through April 1978)," Alisa Lundeen, Martha Mollel, and Joyce Stanley, unpublished documents, 1978.

Clearinghouse on Development Communication
September 1979

THE LOWER YUKON (SKYRIVER) PROJECT U.S.A.

TARGET AUDIENCE:	Alaskan Eskimos and government officials
OBJECTIVE:	To develop a process whereby Eskimo villagers could identify their needs and problems, agree upon suitable actions, and then seek solutions on their own terms
MEDIA:	Film and video
DONOR/SPONSOR:	U.S. Office of Economic Opportunity
DURATION:	1970 through 1972
CONTACT:	Tim Kennedy, Cornell University, Dept. of Communications Arts, 640 Stewart Ave., Ithaca, New York 14853, U.S.A.

DESCRIPTION:

With funds from the U.S. Office of Economic Opportunity, the *Skyriver Project* began in 1970 with a single film crew working in Emmonak, a lower Yukon River village. The project was organized as an experiment in using filmmaking to organize communities.

The people of a target village first selected a project organizer from their own ranks. In open-ended meetings with local men and women, the community then identified respected community leaders and pressing local issues (a lack of local schools or poorly built housing, for example). These leaders were encouraged to talk about and offer solutions to village problems before the camera in whatever language, setting, or format they liked. After a private screening during which the person interviewed could delete or add material, the film or tape was released to the project organizer for approval and to the community to stimulate further discussion and clarification of the problems. The *Skyriver* crew meanwhile provided information such as the names of government agencies that deal with a given problem or the names of those who actually make the decisions. Gradually, a film emerged, one that reflected a community consensus.

A completed film was taken to Juneau and shown to government officials and other groups interested in social welfare. The *Skyriver* crew taped video responses from these people, which were sent back to the filmed community for viewing. The same films were also sent to other rural villages to promote the concept of using videotaped forums.

Not all the films focused on problems, however. Some depicted the positive aspects of the Eskimo's way of life and were intended simply for the enjoyment and education of people in other cultures.

RESULTS:

Films used in the Skyriver Project have brought major changes in government policy. A film in which Eskimos complained of having to send their children to boarding schools (because there were no schools nearby) prompted the Alaskan Department of Education to rethink its school development strategy; now high schools have been built for small villages. Another film depicting the hardships of life in low-income housing forced a housing planner out of office and reshaped the state's approach to low-income projects.

Some of the *Skyriver Project's* other results are more difficult to measure. The Eskimos became more attuned than they were to what government can and cannot do for them. They became less factionalized as they learned more about the problems of their immediate neighbors and of people in the next village. This knowledge helped them protect their culture from encroachment by western institutions. At the same time, state officials received first-hand accounts of rural hardships from people they would not normally see.

Finally, by viewing films that Eskimos have produced themselves, other Americans gained a strengthened understanding of the culture's special character and of its effort to preserve its identity.

OF NOTE:

- Skyriver had trouble finding filmmakers and video operators who could work within the project's special framework — in which editing, distribution, and content were controlled by the film's subjects, rather than by the filmmakers.
- Skyriver's second film crew was composed of two Eskimo men. Project Director Kennedy felt that the pair got material that a crew of outsiders could never have gotten.
- After reviewing the rough takes, villagers voted on whether a given film seemed true to community feeling and consensus.
- In some cases, film was better than videotape for interviews. The several weeks necessary to process the film allowed the subjects to think over what they had said and to make changes. In general, film and video had different limitations and advantages.

REFERENCES:

"The Skyriver Project: The Story of a Process," Tim Kennedy, Access, No. 12, National Film Board of Canada, March 1974.

"Videotaping: Process in Community Development Discussed by Tim Kennedy at Center Seminars," *Instructional Technology Report*, Washington, D.C., July-August 1974.

Clearinghouse on Development Communication
June 1977

PROJECT FOR EQUALITY OF ACCESS TO EDUCATION FOR WOMEN AND YOUNG GIRLS Upper Volta

TARGET AUDIENCE:	Rural women and girls in three regions of Upper Volta
OBJECTIVES:	To provide practical education as a means of improving living standards and the status of women in the community; to train teachers to perpetuate the movement
MEDIA:	Radio, films, slides, dramatizations, printed materials, interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The Government of Upper Volta (the Ministry of Education and Culture, and other agencies in Upper Volta's 11 Organizations for Rural Development); UNESCO; UNDP; ILO; FAO; and other international, governmental, and non governmental agencies
DURATION:	Planned and initiated in 1967; ongoing through at least 1981
CONTACTS:	Resident Representative of UNDP, B.P. 575, Ouagadougou, Upper Volta

DESCRIPTION:

The Government of Upper Volta and UNESCO together implemented the *Project for Equality of Access to Education for Women and Young Girls* in 1967 to improve living standards in 83 villages and to increase the community status of females. To lay foundations for such broad reform, the project staff adopted clearly defined intermediate goals. It conducted sociological studies to identify the obstacles to women's access to education, launched literacy campaigns for rural women, instituted both training programs for community educators and feminine-leadership programs, and sponsored basic educational courses in nutrition, agriculture, home economics, health, and the establishment of micro-industries and craft cooperatives.

A pre-project needs assessment was conducted nationwide in 1967. Kongoussi, Banfora, and Pô — three regions with different ethnic and linguistic constituents and different economic conditions — were then selected as pilot sites. Since Voltaic women, busy from before sun-up to after sun-down, had no time to spare for educational activities, the first phase of the project became the introduction of labor-saving devices: wells, milling appliances, carts, and maternity clinics. At the same time, life-saving devices — education programs in hygiene, nutrition, and health — aimed at relieving women's psychological and physical burdens were introduced.

Since the three pilot projects were not started simultaneously, the point at which time and health constraints had been reduced enough to allow villagers to participate in literacy and vocational training varied (from roughly 1970 to 1975). However, radios had been distributed and listening groups had formed early in the project, and both figured centrally in the agriculture and village-improvement campaigns. Thus, radio forums became one of the two major modes of instruction. (In-school programs, the other major mode, were designed primarily for girls).

As a rule, programs are prepared weekly in local languages. They include debates on the successes and problems affecting project activities and other concerns of the village women, and they incorporate both the views of village women and songs composed by local musicians about project activities. During training, the village female leaders enact theater sketches and the village women take part in cultural performances that represent a continuation of village plays — the traditional vehicle throughout Africa of social comment, social control, and area news. In addition, movies and slide shows prepared and shown locally are followed by discussions. This inter-village, inter-regional, and rural-urban exchange is further strengthened by the distribution of vernacular newspapers.

RESULTS:

An evaluation of the Access project, conducted in 1974 by a commission composed of representatives from the Upper Voltaic Government, UNDP, and UNESCO, identified poor transportation, poor communication facilities, a lack of production and distribution facilities for the materials needed in the literacy programs, and a shortage of trainers for literacy and community development programs as the chief obstacles to realizing the project's goals. At the same time, the committee advanced the idea that literacy programs must address men as well as women if they are to succeed, since illiterate men are not apt to encourage their wives and daughters to seize opportunities that they themselves do not enjoy. The most intractable problem has been the paucity of employment possibilities for women who manage to acquire literacy and vocational skills. According to one UNESCO report, training has in many instances proved inappropriate, and employers continue to discriminate against women.

The activities undertaken since 1967 are the subject of an evaluation currently under way; particular attention is being paid to the impact of technologies upon the women's use of time and their productivity. Statistics released in 1976 show that 109,042 villagers had been involved in the project in ten years, approximately 100 midwives had been trained, 427 latrines had been built in conjunction with the sanitation component, 85 listening groups had been formed, and 42 "monatrices" (female village-extension workers) had established residence in 42 villages.

At present the project is being expanded to cover the whole nation. Its activities will be implemented by the Ministry of National Education and Culture with the collaboration of the Ministries of Rural Development, Health and Social Affairs, Environmental Affairs, and Labor.

OF NOTE:

- In the early years of the project, teachers were selected from the ranks of qualified primary and secondary-school instructors. Later, some won fellowships abroad to study nonformal education techniques.
- Female village-extension workers residing in the villages serve as liaisons between the regional teams and the female village leaders (midwives and others).
- The radios and milling machines supplied in conjunction with the project were plagued by mechanical difficulties. Consequently, the project incorporated an appropriate technology unit to carry out research and experiments aimed at helping the women do their chores more efficiently and quickly.
- Upper Volta is one of the world's least economically developed countries, and its population is 95 percent rural.
- A national coordinating team working closely with three regional teams formulates, programs, and coordinates project activities at the national level.
- While the status of Voltaic women is generally beneath that of men, regional differences in female status forced project organizers and curriculum designers to tailor literacy materials and activities to the specific needs of each local group.

REFERENCES:

- "Project Experimental: Égalité d'Accès des Femmes et des Jeunes Filles à l'Éducation," report of the Upper Volta National Commission for UNESCO, Ouagadougou, May 1974.
- "A New Chance for Rural Women," Mary Lynn Hanley, *Action UNDP*, January-February 1975.
- "Le Projet d'Égalité d'Accès des Femmes et Jeunes Filles à l'Éducation: 1967-1976," Ministry of National Education and Culture, Ouagadougou, November 1976.

Clearinghouse on Development Communication
January 1978



EXPERIMENTAL NUTRITION PROJECT Brazil

TARGET AUDIENCE:	Villagers in Northeast Brazil
OBJECTIVE:	To open up a community dialogue on nutrition as a first step to community action
MEDIA:	Posters, pictures, and flannelboards
DONOR/SPONSOR:	Cornell University's Division of Nutritional Sciences
DURATION:	Initiated and completed in 1974
CONTACT:	Therese Drummond, Director for Nutrition and Rural Community Education, Agricultural Missions, Inc., 475 Riverside Drive, Room 624, New York, New York 10027, U.S.A.

DESCRIPTION:

This project was designed to test the receptivity of people in villages with various types of community organization to the method of Paulo Freire as used in nutrition education. Carried out in 1974, this experiment was aimed at involving nonliterate or semi-literate villagers in an attempt to discover that malnutrition is a problem and to set up simple ways for the people to begin to alleviate certain aspects of malnutrition in young children.

The first five-week segment of the program was devoted to visiting the approximately 120 homes in the four target villages. Deliberately dispensing with the use of forms and questionnaires, Ms. Drummond chatted informally with the villagers to find out how they thought and felt about food and the feeding of children. More particularly, she inquired about the prevalence of illness and death among young children and about the number of underweight children under four years of age. She also collected names, birthdates, and data on breast-feeding practices, age distribution, and eating habits — which she recorded in simple copybooks that were familiar to the villagers.

In the group meeting that followed the visits, posters were used to stimulate discussion. For example, a picture of a baby's coffin being carried to the cemetery, a common sight in the area, provided an opportunity to discuss the fact that babies often die and to look critically at this fact rather than accepting it fatalistically. Other posters pictured a woman breastfeeding an infant, a mother giving her child supplementary food, or a child suffering from advanced malnutrition.

RESULTS:

Transcripts of tapes of many of the village meetings show that people were involved whole-heartedly in the meetings and the issues. Their transcribed comments and questions also reveal that the villagers at least began to question their deeply entrenched fatalism and, conversely, their own power to improve their lives. The records of the meetings also suggest that those in previously unorganized villages were neither helped nor hindered in this project by their past experiences in group interaction.

As a direct outcome of these meetings, the villages selected one person for every ten households to take responsibility for the nutritional well-being of the group's children. Plans for coping with various health emergencies were also developed. However, no provision was made for determining whether those who participated in this communications and nutrition project did indeed see that their children continued to get adequate protein and, among other things, vaccinations against childhood diseases.

OF NOTE:

- In one meeting in which it was asked if a "study" of the children should be made, the villagers — who associate study with school — got the impression that the nutritionist planned to set up a new local school.
- A flannelboard reproduction of the Morely weight chart was used to convey the idea of safe weights for young children. When parents grasped the significance of the safety range, called the "Caminho de Saúde," or "Path of Health," they were given a mimeographed copy of the chart.
- The posters used in discussions featured either photographs or paintings made from photographs. The background was blotted out to forestall interference. Care was also taken to choose pictures that were neither too limited in reference nor too enigmatic.
- Pleading a poor memory, the interviewer sketched much of what she saw. These sketches engaged the villagers and put them at their ease; their use thus simplified the task of collecting health and demographic data.
- During one meeting, a fisherman proclaimed that meetings in general were a good idea. Not once in the eight years that he had lived in the target village had the people met to solve or share their problems.

REFERENCES:

- "Using the Method of Paulo Freire in Nutrition: An Experimental Plan for Community Action in Northeast Brazil," Therese Drummond, *Cornell International Nutrition Monograph Series*, No. 3, Cornell University, Ithaca, New York, 1975.

Clearinghouse on Development Communication
June 1977

NUTRITION MASS COMMUNICATION PROJECT

India

TARGET AUDIENCE:	Opinion leaders, heads of households, housewives, teachers, and school-children in rural areas and small towns in Uttar Pradesh and Andhra Pradesh (approximately 250,000 people)
OBJECTIVES:	To determine the effectiveness of a mixed-media campaign in raising levels of awareness and understanding about weaning and pregnancy among rural, largely illiterate populations
MEDIA:	Radio, print, film, calendars, pantomime, posters, billboards and wall paintings, and dust covers for school books
DONORS/SPONSORS:	The U.S. Agency for International Development, CARE-India
DURATION:	Conceived in 1969; set up in early 1971, conducted from April through June of 1972
CONTACTS:	Sadhna Ghose, CARE-India, P.O. Box 3064, New Delhi-3, India; Ronald Parlato and Margaret Burns Parlato, 4915 Albemarle Street, N.W. Washington, DC 20016, U.S.A.; Dr. Lakshmi Krishnamurthi, CARE-India

DESCRIPTION:

The nutrition-information project launched by CARE-India in 1972 after three years of research and preparation was built upon two primary assumptions. The first was that the modern techniques used in urban mass media campaigns and market research can be successfully brought to bear upon the problems and needs of the Third World villager. The second was that a combination of carefully selected mass media is more effective than any single medium in reaching diverse target groups within a given population. More specifically, the experimental project was designed to test the relative effectiveness of positive and negative messages and to promote two particular messages: one related to the impact of proper and timely weaning upon a child's long-term health and one related to the importance to mother and child of eating green leafy vegetables during pregnancy.

Preliminary research and project design were accorded high priority in the CARE-India project. So that people would not be urged to buy foods that were unavailable, culturally taboo, or expensive, a team of researchers spent six months identifying economic, nutritional, sociological, and trade-related obstacles to beneficial changes in dietary habits. This research preceded and influenced the selection of the target audience, the eight target sites (each composed of three villages and one town), the media that would be used to relay the messages, and the specific content and wording of the messages. The research drew upon studies from various disciplines, included the research of other nutrition and communication projects, and involved a pre-campaign study of 2,400 sample respondents.

The ten-week campaign that grew out of the research findings made use of a variety of media but made no attempt to dazzle the target audience with novelties. Instead, simple messages that were designed to appeal to basic emotions and to ingrained beliefs were used. In Uttar Pradesh, where the positive approach was taken, some posters depicted a small boy being commended by his teacher, and others showed a village lad receiving a trophy for his athletic prowess. In Andhra Pradesh, where the more controversial negative approach was adopted, posters depicted a demon (a recognizable figure derived from South Indian mythical tradition) threatening the well-being of a pregnant mother in one case and a weaning infant in another. The same tactics were used and the same messages were carried in press inserts, billboards, wall paintings, short black-and-white films, radio spots, special editions of tabloid newspapers, calendars, booklets, and comic books. Since the campaign was expressly designed to test the effectiveness of mass media alone, interpersonal interventions were not part of the overall effort.

RESULTS:

Campaign evaluation results, based on a baseline survey (2,500 interviews) and a post-campaign survey (2,500 interviews), indicated that a mixed media campaign can successfully reach isolated rural audiences with new concepts and information. Apparently, a media mix designed especially to reach different sub-audiences can, through direct appeal, cross socio-economic and cultural lines. The survey showed that men and women of all ages, education levels, occupations, income levels, and castes responded equally well to the nutrition campaign, raising their awareness scores by the same number of points. On questions related to pregnancy, for example, scores for housewives rose from 53 to 84, while those of influential villagers rose from 63 to 95. In general, illiterate members of lower castes learned as much as highly-educated Brahmins.

Supporting the contention that mild shock is a valuable agent in promoting increased awareness and understanding of new ideas is the fact that 100 percent of those people exposed to negatively expressed messages remembered the campaign, while 91 percent remembered the positive message. Similarly, campaign audiences in Andhra Pradesh were more likely than their counterparts to remember specific media, to score high on the post-campaign test of knowledge, and to recall specific facts stressed during the campaign. The negative campaign may, the researchers speculate, have worked better because it was more creatively distinctive and more in tune with village culture.

The evaluation of the effectiveness of the various media showed that people exposed solely to highly entertaining graphic media learned as much as people exposed to all media. In both the positive and negative campaigns, films and posters proved most memorable; half those polled in Uttar Pradesh remembered the films and 65 percent remembered the posters, while the comparable figures for the negative campaign were 70 percent and 67 percent, respectively. Tabloids and radio spots were ineffective in both campaigns; fewer than 17 percent in Uttar Pradesh and fewer than 21 percent in Andhra Pradesh remembered either. Although the campaign was designed solely to raise levels of awareness and understanding, it appeared to have favorably influenced attitudes too. In three out of four cases (the weaning message in A.P. and the pregnancy message in both provinces), there was virtually no reluctance to accept the campaign information as credible. In the fourth case, the expressed resistance was felt to have reflected dietary differences: the brittle bread eaten in U.P. may have been harder to visualize in pulverized form than other foodstuffs, such as the rice eaten in South India.

OF NOTE:

- Booklets designed for teachers carried letters of approval and support signed by the two states' top education officials. So too, popular Hindi and Telegu film stars appeared in one-minute endorsements at the end of each of the films.
- Radio was found to be largely ineffective in the campaign, since relatively few people in the target areas owned or had access to radio sets.
- A KAP study on selected nutritional topics was carried out as part of the pre-campaign research.
- The "two-step" theory of information flow was not verified by the campaign. Specialized and highly detailed information disseminated to teachers and influentials only through booklets was not passed on to the general populace.
- Pantomime, felt to be closely related to traditional Indian dance in its nonverbal communication, was found to be too abstract for most audiences.
- More than a project write-up, CARE-India's report of the results of this nutrition-information project includes both a model for running a nutrition-education campaign and a comprehensive discussion of the sociological and communication issues with which campaign workers and officials must grapple.

REFERENCES:

- Planning for Nutrition Education: The Application of Mass Media and Extension to Social Action Programs*, Ronald Parlato, CARE-India, 1973.
- "Food Attitudes in Andhra Pradesh and Uttar Pradesh," CARE-India, 1973.
- "Breaking the Communications Barrier," Ronald Parlato, CARE-India, 1972.
- "Breaking the Communications Barrier: A Report of Results," Margaret Burns Parlato, CARE-India, 1973.

Clearinghouse on Development Communication
January 1978

PROJECT POSHAK

India

TARGET AUDIENCE:	Preschool children and both pregnant and lactating mothers in rural Madhya Pradesh (roughly 13,000 children and 2,500 women from 1971 to 1975)
OBJECTIVES:	To improve the nutritional status of the target audience by making food supplements available, offering childcare education, and augmenting health care in existing clinics
MEDIA:	Films, slide shows, dramatizations, demonstrations, flipcharts, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	CARE, the U.S. Agency for International Development, UNICEF, the Central Government of India, and the state government of Madhya Pradesh
DURATION:	Begun in 1971; concluded in 1975
CONTACTS:	Douglas Atwood, Care-India, B-28 Greater Kailash I, New Delhi-110048, India; Dr. Tara Gopaldas, Professor and Head, M.S. University, Baroda-2, Gujarat, Indian; Merlyn Vemury, Nutrition Specialist, CARE, 660-First Avenue, New York, New York 10016, U.S.A.; Tina Grewal Sanghvi, Office of Nutrition, Agency for International Development, Room 720, SA-18, Department of State, Washington, D.C. 20523, U.S.A.

DESCRIPTION:

Project Poshak was implemented in 1971 in Madhya Pradesh primarily to demonstrate the feasibility of utilizing the state's existing health-care network (450 Primary Health Centers and satellite subcenters) to distribute food supplements, offer child-care education, and provide extra health services in order to boost the nutritional state of preschool children, pregnant women, and lactating mothers. Its secondary purpose was to test the cost-effectiveness of various types of program activities and levels of supervision. The project entailed a planning phase, an exploratory phase, an extensive phase, and a final phase of intensive, full-scale activity. The exploratory phase took place in four districts, the extensive phase in seven districts, and the intensive phase (which was research-oriented) in one district.

Three beliefs informed *Project Poshak*. One is that feeding programs conducted in schools, hospitals, or clinics have little effect on the beneficiaries' long-term eating habits unless they are backed up by nutrition-education programs. The second is that since the quality of the food a young child requires is often more at issue than the quantity, parents must be convinced of the wisdom of dietary supplementation before their children are admitted to feeding programs. The third is that innate good comes from involving the mother and the family in the program — hence, the advantage of giving the extra food to the child at home rather than in an institutional setting. All three beliefs were reflected in the practical goals of the project: to compensate for an inadequate infrastructure by making the private home rather than the clinic the final delivery point, to educate the families of the beneficiaries so they would understand the importance of giving the food supplements to the intended recipients, and to integrate health services.

Staff training consisted of formal one-week sessions and on-the-job training. In all, four formal sessions were conducted: the first for pediatricians and other highly trained medical personnel, the next three for paramedics, health workers and nurses, and auxiliary nurse-midwives. Designed partly to fill a gap in the medical school curricula, these courses were structured to give maximum play to discussion, participation, and feedback. Course-takers were also steeped in the practical aspects of running community health programs. Topics covered included the composition, preparation, and use of the food to be distributed, the use of equipment and drugs to upgrade medical services, and the manipulation of educational media.

Pamphlets were distributed during the preparatory stage of the project to dispel prospective participants' doubts about the motives of the project staff and to fire interest in the project. During the operational stage, simple visuals were used by paramedics who made fortnightly visits to each family in the program. Care was taken to insure that pictures, flipcharts, and slides portrayed familiar objects (a cow and pail, and not a glass milk-container, to signify milk, for example). Slide shows made possible by battery-operated projectors proved popular, but lack of vans, generators, and other equipment made motion pictures virtually impossible to use.

RESULTS:

During *Project Poshak's* four-year history, the food intake of the beneficiaries increased steadily and significantly. In addition, indirect benefits were realized. For example, the image of auxiliary health workers took on a new sheen in the eyes of the villagers, attendance at primary health centers picked up, and more people took part in immunization drives and family-planning programs.

Most of the problems that beleaguered those conducting the feasibility study were logistical and administrative. Apathy among both the target audience and the project workers, misunderstanding of the project's goals, lack of personnel, the medical staff's preoccupation with curative and family-planning programs to the neglect of nutrition, and changes in the food mix distributed as part of the program are some of many. The region's climate and geography also posed problems, some of them nearly insuperable.

Arguably, *Project Poshak* was a success to the extent that a significant number of impoverished and undernourished women and children in over 500 villages in 12 districts enjoyed better health as a direct outcome. But (since the main thrust of the experiment was to test the feasibility of using a particular service structure) efficiency, cost, and replicability are the proper criteria for judging the project's impact. On the face, it appears that the project was successful in this sense as well since many of the obstacles encountered did not prevent the effective distribution of food, teaching materials, and supplies — the object of the experiment.

OF NOTE:

- The government's sponsorship of the family-planning program was greeted with considerable negativism when the program began. This reversed completely within a few months of the inception of the nutrition program, however. The Health Center staff attributed this change to increased rapport, to home visits, and to the availability of food and education at the Health Centers.
- Of the total food taken home, 30 to 50 percent was consumed by children in the 1-to-3 year age group, 10 percent by infants under one year of age, and the rest by other family members. Pregnant women consumed only 25 percent of the food intended for them, nursing women only 60 percent.
- Three studies conducted as part of this experiment covered (1) the comparative effects of charging for food supplements and of distributing them free, (2) the relative effectiveness of using village schools versus health clinics as distribution centers, and (3) the drawbacks and advantages of providing rations to be taken at the clinics and of issuing take-home rations.
- Although explicitly invited to enroll in the program, many pregnant women refused because they feared admitting pregnancy would turn the "evil eye" upon them, they did not want to be examined by male doctors, or they failed to see the need for meeting additional nutritional requirements during pregnancy.
- Madhya Pradesh was chosen as the project site partly because it typifies a hardship environment. Much of its land is unproductive, its sparse population is scattered and hard to reach, and its average income level ranks among India's lowest.

REFERENCES:

- "The Poshak Nutrition Project in India," Margot Higgins in *Nonformal Education and the Rural Poor*, edited by Richard O. Niehoff, Michigan State University, 1977.
- Project Poshak: An Integrated Health-Nutrition Macro Pilot Study for Preschool Children in Rural and Tribal Madhya Pradesh* (2 volumes), CARE India, 1975.
- Nutrition Planning*, Vol. 1, No. 1, February 1978.

Clearinghouse on Development Communication
January 1979

MASS MEDIA VS. DIRECT EDUCATION PROGRAM

Mexico

TARGET AUDIENCE:	Mothers with children five years old and younger
OBJECTIVE:	To test the effectiveness of mass media techniques as compared to direct methods of education in transmitting basic concepts of hygiene, health, and diet
MEDIA:	Radio, pamphlets, posters, interpersonal communication
DONOR/SPONSOR:	Instituto Nacional de la Nutrición, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México
DURATION:	1976
CONTACT:	Dr. Adolfo Chavez, Director, División de Nutrición, Instituto de la Nutrición, Av. San Fernando y Viaducto Tlalpan, México, 22, D.F., México

DESCRIPTION:

In 1976 Mexico implemented a project to compare the effectiveness of mass media vs. direct education in transmitting information on health and nutrition to rural mothers with children five years old or younger. Three rural communities were selected for the project: one to receive nutrition information through a traditional classroom setting, the second through the mass media, and the third to serve as a control group. Community assessments were completed to guarantee homogeneous populations that met the following criteria: 1) agriculture-based economies, 2) approximately equal populations, 3) equal access to urban or market centers, 4) equivalent public services, such as water, electricity, education, and radio reception, and 5) no local health services. The three communities are located in the same state, approximately 150 kilometers west of Mexico City.

A market survey was conducted to identify locally available foods. A dietary survey was done to determine the eating habits of a random sample of 120 mothers with children five years old or younger. Finally, a questionnaire was administered to the sample of mothers to determine their degree of knowledge about nutrition. Each interview lasted about 20 minutes and was conducted by three senior nutrition students.

The direct (classroom) education program was taught by three nutrition students over a 12-week period. Two class meetings of two hours each were conducted each week, with the presentation of principles and discussion one day, followed by demonstration and practice the next. A total of four units were covered, each taking three weeks to complete. Unit One explained budgeting for an adequate diet, adding fruits and vegetables, and preparing high nutrition, low-cost dishes. Unit Two dealt with infant feeding, nutrition, breastfeeding, solid foods, and low-cost infant foods. Unit Three examined diets for pregnancy, variety, and food taboos. The final unit was concerned with hygiene in cleaning, preparing, and storing food and utensils.

The mass media campaign was carried out over the same 12-week period. Radio spot announcements, pamphlets, and posters were employed to cover the same topics as the four educational units. The radio spots consisted of four songs lasting three minutes each. Each song was broadcast for three weeks, once every two hours. The songs addressed the same themes as the four units. Three pamphlets were distributed to mothers in the sample population and to schools, churches, and local stores. The first dealt with diet, food combinations, and the importance of variety in food consumption. The second addressed infant nutrition and food preparation. The third showed how to prepare a puree with beans and tortilla mix. The three pamphlets were made available for one month each. The four posters were also designed to coincide with the four units. Each poster was distributed to the sample population of mothers and posted in schools, churches, stores, and other public areas in the community. Posters were distributed every three weeks in the same sequence as the educational units.

After the 12-week campaign was completed, a study was done in the three communities to determine the amount of information retained by each community. The pre-program questionnaire was administered again, but with the questions in a different order, to determine the change in nutrition levels in the three communities. The questionnaire was actually administered four times: immediately before and immediately after the project, again three months later, and finally one year following the program. With the final administration of the questionnaire, a dietary recall survey was also taken to define the sample population's food intake habits. Since the questionnaire measured the change in nutritional knowledge, and the dietary survey measured the change in consumption habits, the project could compare the two campaigns' effectiveness in altering attitudes and behavior.

RESULTS:

Traditionally, it has been thought that impersonal mass media, like radio, could not compete with interpersonal communication to change long-term and intimate attitudes and behavior, like eating. Therefore, it could be expected that the classroom group would score higher on knowledge and adoption of nutritional eating habits. In this campaign, however, the classroom and mass media treatment groups learned the nutritional concepts equally well. The classroom group increased their knowledge of nutrition by 53 percent, while the mass media group increased theirs by 54 percent. Curiously, the control group increased their nutrition knowledge by 19 percent. They were not targeted to receive either treatment but were located close enough to the mass media community to receive the radio broadcasts. This message "spillover" might account for the 19 percent increase in knowledge.

The dietary habits of both the classroom and mass media groups changed in a positive way. The classroom group reported eating three times more fruit, fish, and oil, while the mass media group quadrupled its intake of fish, fruit, and vegetables. Both treatment groups decreased consumption of lard, corn, and soft drinks. Interestingly, the control group's eating habits also changed, but for the worse. The consumption of prestigious, less nutritious foods, such as sugar, bread, and soft drinks increased, while consumption of traditional nutritious items like beans and chiles decreased.

OF NOTE:

- The economy may have influenced the change in eating habits because, over the test year, the price of lard almost doubled, while vegetable oil held constant.
- Fish and vegetables were traditionally not consumed before the campaigns.

REFERENCES:

- "A Comparison of Mass Media Techniques and Direct Method for Nutrition Education in Rural Mexico," *Journal of Nutrition Education*, Vol. II, No. 3, July-September 1979, pp. 133-37.
- "Los Medios Masivos de Comunicación, un Instrumento Util en la Enseñanza de la Nutrición," *Cuadernos De Nutrición*, Vol. 3, Jul-Ago-Sept. 1978, pp. 287-95.

Clearinghouse on Development Communication
April 1980

(While it is standard procedure at the Clearinghouse to ask persons intimately involved with the projects described in this series to review the draft Profile, strenuous efforts to obtain such comments before the publication deadline were in this case unsuccessful.)

MASS MEDIA NUTRITION-ADVERTISING CAMPAIGN Philippines

TARGET AUDIENCE:	Rural low-income households in the provinces (approximately 2.5 million inhabitants)
OBJECTIVES:	To test the effectiveness of modern marketing and advertising techniques in changing behavior, attitudes, and knowledge related to the nutrition and health of infants
MEDIA:	Radio and limited interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The Philippine Government, the U.S. Agency for International Development, and the National Media Production Center of the Philippines
DURATION:	Late 1975 to late 1976
CONTACTS:	Dr. T. A. Gomez, Director, National Nutrition Service, Ministry of Health and Nutrition, Manila, Philippines; Candy Formacion, Department of Nutrition, University of Iloilo, Iloilo City, Iloilo, Philippines; and Thomas M. Cooke, Manoff International, Inc., 1511 K Street, N.W., Washington, D.C. 20036

DESCRIPTION:

The Mass Media Nutrition-Advertising Campaign was launched in recognition of the sorry nutritional status of many Filipino children and of the inadequacy of using traditional means to counsel the mothers of underweight babies. Apprised of the successful use of advertising and marketing techniques to reach undernourished populations in India and Ecuador with practical tips on diet and food preparation, Filipino nutritionists in the National Nutrition Council decided to try that approach. Their specific goal was to get Filipino mothers to enrich with chopped vegetables, oil, and fish the watery rice porridge (*lugaw*) given to their infants to supplement breast milk. The hidden task, more difficult than spreading messages, was to overturn some ingrained and incorrect — but widely held — ideas about the nutritional needs of the newborn.

The project activities began in 1975, when the U.S. Agency for International Development agreed to provide funds to hire a U.S.-based advertising and social communication firm to work with Filipino planners to design, carry out, and evaluate the campaign. The first step involved the U.S. team and their local counterparts in an exploratory trip through the target site (Iloilo Province, rural population 700,000). Early visits were scattershot attempts to gather impressions while later forays were part of a controlled survey of carefully selected mothers. The baseline survey revealed that only 3 percent of the mothers in the project area had heard of the practice of adding oil to *lugaw* and that none had actually tried it. More mothers (5 and 17 percent, respectively) had tried adding vegetables and fish to the mixture.

Message development, the second stage of the project, proceeded according to principles followed in commercial advertising. Message designers assumed that creating interest in a particular idea requires enlisting sympathy for the proposer of the idea — a feat that involves making sure that the message bearer is perceived as sane, likable, authoritative, and deserving of respect. They also took pains to insure that the change under discussion was not viewed as more sweeping or disruptive than it actually was. These and compatible beliefs informed the six 60-second spot dramas that were eventually developed, tested, revised, recorded and sent out to area radio stations.

The six pre-recorded messages were broadcast in rotation from 15 stations during both the morning and evening hours, the times rural families are most likely to listen. Once the broadcasts began, the locally recruited project workers distributed information on the concepts being promoted and on the campaign itself to the health and nutrition rehabilitation centers in the project area. Related information that had been developed with the help of Filipino doctors in another context was also supplied to the radio stations for distribution in response to listener requests. Broadcasts continued uninterrupted for one year.

Since the ability of radio messages alone to change food patterns was to be tested, no other special educational activities were undertaken during the test period. Doctors, nurses, and rural community workers were informed of the rationale of the campaign, but they were not encouraged to carry out any special education programs.

RESULTS:

A pre-project survey, an interim survey conducted in May of 1976, and a post-project questionnaire were used to evaluate the impact of this campaign. The interim survey, conducted in May of 1976, revealed that the percentage of mothers who added oil to *lugaw* increased from 0 to 23 in eight months. The number adding vegetables rose from 5 to 17 percent, and those adding fish rose from 17 to 27 percent. The comparable figures calculated after the final survey were 24 percent for oil, 17 percent for vegetables, and 27 percent for fish.

The post-project interviews also revealed that radio's role as a source of nutrition information was most strongly evidenced by the target audience's reports of adding oil. On the other hand, participation in and knowledge of existing nutrition and health service programs were more closely associated with adding vegetables and fish, traditional themes of nutrition education. No relationship between adding oil and these programs was found. This suggests that the innovation of adding oil may be attributed to the radio messages.

A separate survey of community health workers in the test area supported the findings of the household survey.

OF NOTE:

- The phrases and idioms that mothers used in the preliminary pre-project interviews were woven into the broadcast scripts and messages.
- Local health and nutrition workers served as hosts and guides to the survey team. For many, the survey offered the first chance they had had in months to visit remote places and talk with the people they are supposed to serve.
- In the first months of the campaign, the "Vegetable Message with Doctor" was played more frequently than the "Oil Message with Doctor" simply because station managers failed to understand that each message must receive the same exposure because each is vital and different from the others. This problem was cleared up in a meeting of station managers.
- The same U.S.-based advertising firm that conducted the campaign in the Philippines conducted similar projects in Ecuador, Nicaragua, and the Dominican Republic, as well as other social communication projects in the United States.
- A mini-drama format was selected because the "novella" (or soap opera) is extremely popular in the Philippines and because it can accommodate the conflict that always arises when an unorthodox idea is presented.
- According to the advertising firm in charge of the campaign, the virtues of spot ads are many. Production costs are low, the passive listener is reached, spots can be inserted within and between the most popular programs, and spots do not tire the listener the way lectures or discussions sometimes do.

REFERENCES:

- "Five Nutrition Projects That Use Mass Media," Joanne Leslie, *Development Communication Report*, September 1977.
- "Whose Milk Shall We Market Over the Mass Media?" Ricahrd K. Manoff and Thomas M. Cooke, Manoff International, Inc., *League for International Food Education, Newsletter*, September 1977.
- "Innovative Uses of Mass Media for Food and Nutrition Promotion," Richard K. Manoff, paper delivered at the Ninth Technical Group Meeting on Nutrition and the Mass Media, Caribbean Food and Nutrition Institute, September 1976.
- "Changing Nutrition and Health Behavior Through the Mass Media: Nicaragua and the Philippines, An Interim Report," Manoff International, Inc., September 1976.

Clearinghouse on Development Communication
July 1978

BREASTFEEDING CAMPAIGN

Trinidad and Tobago

TARGET AUDIENCE:	Mothers of infants and pregnant women in Trinidad and Tobago
OBJECTIVE:	To publicize the relationship between breastfeeding and both good nutrition and living standards
MEDIA:	Radio, television, posters, newspapers and periodicals, film
DONORS/SPONSORS:	The Housewives Association of Trinidad and Tobago (HATT), the Association of Advertising Agencies of Trinidad and Tobago with support from the Ministry of Health, the Caribbean Food and Nutrition Institute (CFNI), and the Medical Association of Trinidad and Tobago
DURATION:	Conceived and implemented in 1974; scheduled to be re-run in late 1977
CONTACT:	Alison White, Nutritionist, 14 Santa Anna Gardens, Maingot Street, Tunapuna, Trinidad and Tobago; and Hazel Brown, Caribbean Area Representative, IBFAN, P.O. Box 410, Port of Spain, Trinidad and Tobago

DESCRIPTION:

The *Trinidad and Tobago Breastfeeding Campaign* involved various private and governmental agencies in an effort to use the national mass media to promote breastfeeding. Coordinated by HATT with the support of the Advertising Agencies of Trinidad and Tobago, the campaign was planned in the early months of 1974 and officially launched in May.

Employees of the involved advertising agency received a three-page brief designed to describe the nutritional and economic aspects of breastfeeding and to convince them that they had a product worth selling. Once the advertising texts and artwork for the campaign were developed, clinic staff members and other health personnel were also briefed about the project and brought up to date on the benefits of breastfeeding.

Radio and television spot announcements reiterated messages carried by newspapers, posters, and handbills. The campaign was managed by media professionals who coordinated nine television programs and a series of daily five-minute radio broadcasts (called "Keeping Abreast with Man's History") with press coverage. Discussions among schoolchildren and community groups were also part of the campaign, as were both centrally located and mobile library displays.

A key element in the breastfeeding project was the donation of time, expertise, and services by advertising agencies, governmental departments, media, commercial firms, and private citizens. These gifts were supplemented by rate reductions and other production advantages.

RESULTS:

CFNI's two-phase evaluation of the project entailed five objectives: (1) to find out what portion of the target audience had been reached; (2) to determine how much the messages influenced those who heard them; (3) to ascertain whether the women reached by the messages agreed with their content; (4) to discover whether nursing women had altered their breastfeeding practices; and (5) to obtain further information on Trinidadian women's breastfeeding practices.

On the basis of its evaluation, which constituted CFNI's major contribution to the program, the CFNI staff deemed the breastfeeding campaign a success and concluded that the components of the campaign ought to be made permanent features of Trinidad's nutrition education program. It also affirmed the effectiveness of the multi-media approach; the team further recommended that even more time and space in the mass media be devoted to this vital issue.

OF NOTE:

- The wife of Prime Minister Manley of Jamaica endorsed the breastfeeding campaign in a pre-arranged tape-recorded conversation with HATT's president. The endorsement was later aired in support of the campaign.
- Fathers of infants were invited to a Father's Day function at which the merits of breastfeeding were discussed.
- Short films showed mothers and nurses in clinics testifying to the nutritional soundness of breastfeeding.
- The *Trinidad and Tobago Breastfeeding Campaign* will be covered in a forthcoming book by Dr. Derrick B. Jelliffe and E.F. Patrice Jelliffe on breast milk in the modern world.
- Radio stations donated more time to spot announcements than they had first promised to devote to the breastfeeding project.

REFERENCES:

- "The Trinidad and Tobago Breastfeeding Campaign," Alison White, paper presented at the IXth Technical Group meeting of the Caribbean Food and Nutrition Institute, Kingston, Jamaica, September 1976.

Clearinghouse on Development Communication
June 1977

NUTRITION ADVERTISING CAMPAIGN

Tunisia

TARGET AUDIENCE:	Poor families in depressed rural and urban areas
OBJECTIVES:	To test the effectiveness of combining existing face-to-face education with inexpensive radio nutrition-education
MEDIA:	Radio and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	U.S. Agency for International Development and Tunisia's National Institute of Nutrition (NIN)
DURATION:	Conceived in 1975; pilot phase concluded in 1978; ongoing under NIN auspices
CONTACTS:	Dr. Zouhair Kallal, Director, National Institute of Nutrition and Food Technology, 11 rue Aristide Briand, Bab Saadoun, Tunis, Tunisia

DESCRIPTION:

A 1975 national nutrition survey conducted by Tunisia's National Institute of Nutrition (NIN) showed that several serious nutritional problems plagued the poor majority of Tunisia. Principal among these were vitamin deficiencies stemming from childrearing practices whereby babies are kept swaddled and unexposed to sunlight, infants are given no nutritional supplement to breastmilk, and young children are not fed protein-rich foods. Confirmation of these problems spurred NIN to consider sponsoring a media campaign aimed at informing parents of infants about simple nutritional practices capable of correcting the deficiencies identified and at motivating them to try such practices. At the same time, the Development Support Bureau of U.S. AID had contracted a U.S. consulting firm to conduct an experimental project to determine ways of combining the use of mass media with existing non-formal education. After reviewing Colombia, Honduras, and Tunisia as potential sites for this project, AID picked Tunisia as the most representative and receptive project site.

Radio was selected as the medium for this campaign because it seemed the best means of reaching the largest number of rural mothers. Early in the project, the consultants and NIN decided to use short spot messages, rather than longer discussion programs. This decision was based in part upon earlier experiments in Nicaragua and the Philippines, which showed that repeated, simple messages can be effective in educating large populations about nutrition. The radio messages were developed systematically and were pretested at local Mother and Child Health clinics (MCHs). Music and lead-ins were added by the National Radio Broadcasting faculty.

Five basic themes were selected: the importance of exposing infants to sunlight, babies' need for supplemental feeding in the first year of life, the place of eggs and protein foods in the diets of healthy mothers and infants, the addition of vegetables to the infant's and the mother's diet, and the importance of breastfeeding. The "fruits and vegetables" theme, for example, received seven different treatments and the "use protein" theme received nine. The bearer of these messages is the fictitious and now widely recognized "Dr. Hakim," a respected figure who dispenses practical advice (and whose name means "wise man" in Arabic).

Scheduling of broadcasts was organized to ensure that both fathers and mothers could hear the messages. At first, two messages (each lasting from one to two minutes) were broadcast three times each day. But during the program's early weeks, criticism from educated Tunisians prompted programmers to cut scheduling back to only two programs per day. This criticism related to the unavailability of some foods endorsed in the programs and also reflected a belief of some Tunisians that short, oft-repeated messages insulted the Tunisian intelligence. These complaints were softened, however, when neighboring countries began to express interest in duplicating the Tunisian program and when NIN staff responded directly to published criticisms and subsequently won press support.

The impact of the educational campaign was investigated by means of interviews of mothers who attended the MCHs. The project called for the selection of 16 clinics: eight clinics in which a half-day seminar would be given to

midwives and nurses to reinforce the ongoing nonformal nutrition education and eight clinics in which radio broadcasts would not be supplemented with seminars. A questionnaire was prepared and pretested for use at the end of six months of broadcasting to determine participants' knowledge, attitudes, and practices related to the five themes stressed in the project.

RESULTS:

The most clearly demonstrable success of the program has been the adoption of mass communication as an ongoing nutrition-education strategy by the Tunisian National Institute of Nutrition. The project stems from a relatively modest investment in training and program development and takes place in a setting in which media advertising of any nature was practically non-existent. This commitment to continuing the communication demonstrates, perhaps more tangibly than any evaluation statistics, the belief of the Nutrition Institute personnel that communications can make an important contribution to extending nutrition education to large numbers of the rural poor.

Data from a variety of sources, including both anecdotal comments and in-depth interviewing, indicate that the program's central character, Dr. Hakim, is a widely recognized figure in Tunisia. Eighty-eight percent of the mothers interviewed identified Dr. Hakim when asked who delivered the nutrition messages via radio. Through Dr. Hakim, nutrition has become a topic of general concern throughout the country. The ability of the Dr. Hakim program to reach Tunisian society has been concretely established.

The complexity of collecting reliable evaluation information on specific changes in people's nutritional behavior makes judgments on the educational success of the program less conclusive. Along with responses to certain items on the evaluation questionnaire, clinic reports of sharp increases in the use of SAHA, a supplemental food recommended in the radio programs, suggest that mothers' knowledge and perhaps even behavior were positively influenced by the program. If it is accepted that many of the objective indicators may be flawed, the self-reported increases in early exposure of infants to sunlight are positive signs of possible success. Many questions remain to be answered about the ability of communications to actually alter how people act, and this program lends increased support to the need for more creative and innovative measurement strategies.

OF NOTE:

- Although this project was conducted with the aid of consultants, basic decision-making was not taken out of the hands of Tunisians.
- No control could be exercised over exposure to the radio messages. (Most families in Tunisia own at least one radio.)
- The Tunisian firm, El Amouri Institute in Applied Psychology, was subcontracted to assist in message development and data collection.
- Radio programs were produced in Arabic, so although the contribution of the contractor to final message content was somewhat limited, the messages did not suffer from the "translation effect."
- Radio programs were not rapid-fire advertisements, but rather short lectures on selected nutrition-related topics.
- Strictly speaking, the project design used is valid only if two distinct groups are available for the experiment, which was not the case since health workers talked to control groups.
- The broadcast's powerful effect was probably due in part to the fact that the environment into which messages were sent was media-starved.
- Seminars and special events were designed to motivate clinic workers to link their existing educational efforts to the radio programs.

REFERENCES:

"Mass Media and Nonformal Nutrition Education: Final Study Report," Sara J. Munger, Document C-T0696-Y, Synectics Corporation, October 1978.

Unpublished project documents, dated 1976-1978.

"A New Voice in the Village — Radio Nutrition Education in Tunisia," William Smith, a videotape produced by the Academy for Educational Development for the Agency for International Development, 1979.

Clearinghouse on Development Communication
April 1979



APROFAM FAMILY PLANNING PROGRAM

Guatemala

TARGET AUDIENCE:	Ladino and indigenous populations of Guatemala, particularly in rural areas
OBJECTIVES:	To increase knowledge and use of family planning practices, especially among Guatemala's rural and ethnically diverse populations
MEDIA:	Radio, television, posters, newspaper advertisements, print materials, interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Asociación Pro-Bienestar de la Familia (APROFAM); U.S. Agency for International Development; the Pathfinder Fund
DURATION:	APROFAM's Information, Education, and Communication (I-E-C) program for family planning begun in 1976; ongoing
CONTACTS:	Roberto Santiso Gálvez, Executive Director, APROFAM, Apartado Postal 1004, Guatemala City, Guatemala; Dr. Jane Bertrand, 7722 Panola St., New Orleans, Louisiana 70118, U.S.A.

DESCRIPTION:

During 1977-78 the Asociación Pro-Bienestar de la Familia (APROFAM), a private family planning association in Guatemala, carried out a nationwide communication program for family planning, using mass media and interpersonal channels to reach both ladino and indigenous communities, particularly in rural areas. Guatemala's population of approximately seven million is divided almost evenly between the Spanish-speaking ladinos and the indigenous or Indians. These populations differ significantly from each other in such aspects as openness to change, use of traditional dialect, dress, standard of living, and cultural practices. The family planning communication campaign was based on a 1976 research study of selected rural areas that APROFAM had conducted to determine differences between the ladino and indigenous groups with regard to knowledge, acceptance, and practice of family planning. The research results showed that actual and potential acceptance of family planning, as well as interest in obtaining further family planning information, were greater among the more "Westernized" ladino population. Using these results, APROFAM designed an Information, Education, and Communication (I-E-C) program to reach both rural groups, with special emphasis on reaching the less accessible indigenous population.

Radio spot announcements, the core of the I-E-C program, were pretested among members of the target populations. The radio spots for the ladinos were developed in Spanish and included explicit information about obtaining family planning services. Radio spots for the indigenous were translated into two of the four major Indian dialects (Quiché and Kekchí) and concentrated on the more basic issues: that family planning exists, is voluntary, is reversible, and can be beneficial to the family. A set of four posters was designed to reach the Indian population; while they depicted families in native dress, the messages were in Spanish. A poster directed to the ladino population addressed the importance of husband-wife communication. Other components of the campaign included a television spot, aired weekly over a period of five months, intended to reach the nation's opinion leaders; a simplified folder that covered the most commonly-used contraceptive, intended for audiences with low literacy; and occasional newspaper advertisements, intended as much to balance any unfavorable press coverage as to encourage family planning use.

In conjunction with these communication activities, APROFAM sponsored several community-based distribution projects that provided a vehicle for interpersonal communication activities, such as small group discussions, home visits, and public meetings. However, these I-E-C activities were not expected to reach as large a percentage of the target population as were the mass media.

RESULTS:

In mid-1978, APROFAM, in collaboration with the Community and Family Study Center of the University of Chicago, carried out a follow-up research survey to obtain feedback on I-E-C activities and determine whether the anticipated changes had taken place in the two target populations. The ethnic differences with regard to family planning uncovered in APROFAM's 1976 study were underscored in the 1978 survey. Results showed that, at the end of the two-year period, there had been significant increases in knowledge and practice of family planning among the ladinos studied. Among the indigenous, although there was a marked decrease in strong resistance to family planning, no advances had been made in knowledge of specific methods, and use of contraceptives remained close to zero. A far greater percentage of ladinos than indigenous had been exposed to family planning messages via one or more mass media or interpersonal channels, and ladinos were more likely to remember what the messages said (specifically radio), sometimes repeating themes or slogans verbatim. Among the ladinos, use of contraceptives was higher among those with greater exposure to family planning messages, and informal communication among ladinos about family planning increased with exposure both to mass media and interpersonal channels of communication. Among the indigenous, this relationship held only for interpersonal channels.

Among the ladinos, 96.3 percent who had heard family planning radio spots approved of the broadcasts, and 100 percent of those who had seen a television spot favored this topic and method of communication. Only 60 percent of the indigenous approved of having family planning messages played on radio; no indigenous had seen the television spot. While 81.4 percent of the ladinos wanted more information on family planning, this was true of only 37.4 percent of the indigenous, whose major objections were religious.

Several implications have been drawn from the research results, some of which will have direct consequences for a pilot project that has recently been started in indigenous areas. As traditional I-E-C activities prove less relevant to indigenous populations, new strategies and methods must be developed, such as: 1) thorough pretesting of messages and materials for both appeal and comprehension, based on an understanding of indigenous needs and motivations; 2) use of different, perhaps less direct, approaches, with less explicit family planning information, presented in combination with other subjects perceived by the indigenous to be in their direct interest (e.g. health of children, nutrition); and 3) greater use of person-to-person communication, due to the private character of the subject for the indigenous and the greater need to establish a certain level of confidence between the givers and receivers of the message.

OF NOTE:

- The community distribution program was implemented to increase the availability of low-cost contraceptives and eliminate some of the problems associated with an entirely clinic-based system, such as limited hours of availability of family planning services, distance, and expense of travel. In addition, employment of an indigenous distributor would lower distrust of ladino-staffed clinics among the indigenous. A second model of community-based distribution being implemented involves using family planning promoters with various agricultural groups that have expressed interest in establishing family planning programs for their workers.
- Some of the findings of the research dispel certain stereotypes regarding family planning in Latin America. For example, Roman Catholics were no less likely than others to know about, approve of, and use family planning, although people of any denomination who consider themselves "very religious" lag behind the less religious on all three points. In addition, men are as likely as women to have heard about, approve of, and want more information about family planning. Finally, rather than younger people being more open to family planning, it was found that interest in and use of family planning appear to peak between ages 30 and 34, with those younger and older having less tendency to know about or use contraceptives.

REFERENCES:

- Communicating Family Planning to Rural Guatemala*, by Jane T. Bertrand, Maria Antonieta Pineda, and Fidel Enrique Soto. Asociación Pro-Bienestar de la Familia, Guatemala; and the Community and Family Study Center, The University of Chicago, 1978.
- "Ethnic Differences in Family Planning Acceptance in Rural Guatemala," by Jane T. Bertrand, Maria Antonieta Pineda, and Robert Santiso G., *Studies in Family Planning*, Vol. 10, No. 8/9, August/September 1979.
- "A Research-Based System for Improving Family Planning Adoption: The Guatemala Study," by Jane T. Bertrand and Donald J. Bogue, in *Intercom*, Vol. 5, No. 1, January 1977.
- "Communicating Family Planning to Rural Guatemala," a review in *Development Communication Report*, No. 27, July 1979.

Clearinghouse on Development Communication
September 1979

THE JAMU PROJECT Indonesia

TARGET AUDIENCE:	Javanese and Balinese males of reproductive age
OBJECTIVES:	To promote acceptance of family-planning concepts and sales of condoms
MEDIA:	Radio spots, print, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Prosperous Indonesia Foundation (YIS); World Neighbors; the U.S. Agency for International Development
DURATION:	From 1974 to the present
CONTACTS:	Prosperous Indonesia Foundation (YIS), Jakarta, Indonesia; Lukas Hendrafta and David Piet, Council of Churches in Indonesia, P.O. Box 2357, Jakarta, Indonesia

DESCRIPTION:

In 1972, the Indonesian National Family Planning Coordinating Council (BKKBN) decided to enhance family-planning efforts in Java and Bali by working outside the network of clinics, which are run by medical professionals and serve up to 35,000 people each. The decision reflected two assumptions: that the existing clinics could not properly meet the needs of such large clienteles and that family-planning efforts should be made a part of the cultural mainstream.

The second assumption, along with word of relevant success stories from elsewhere in the developing world, led planners to consider marketing condoms through an established commercial system for the distribution of medicines. Family-planning programs in India, Sri Lanka, and Kenya had already used commercial distribution systems successfully. In each of these cases, however, a new distribution system had been created especially for contraceptive distribution. The Prosperous Indonesia Foundation envisaged, in contrast, a commercial distribution effort integrated into a familiar and established network.

For involvement in this project, YIS selected a single producer of *jamu*, whose name refers to a type of traditional herbal medicine still widely used in Indonesia. Half of the products of the *jamu* producer chosen to participate in the project are cures for health problems. The other half of the product line consists of sex-related products (cosmetics and putative enhancers of sexual desire and sexual performance). The hope was that the association of health with love and sexuality would help involve in family planning those males who are seldom lured to family-planning clinics.

Various media were used in the *Jamu Project*. Radio spots contained pitches for a virility potion ("Drink *SEKHOT*" ("sex hot") followed by the exhortation to "Use *KARET KBs*" (the condoms distributed as part of the project) . . . "Thoroughly enjoy yourself and show your prowess while giving pleasure and protection from unwanted pregnancy to your partner." The promotional posters and leaflets used by YIS bear a family-planning message and depict a happy, healthy family with two children. Illustrated instructions are included in every condom package.

The orientation of the seller of *jamu* products toward the purchaser has been characterized as personal and friendly. To sell their wares, most *jamu* salespeople engage potential customers in small talk.

RESULTS:

Since 1974, sales of condoms have averaged less than 1,000 gross per month, which has been judged by the International Committee on Applied Research in Population to be "far short of the level needed for program self-sufficiency." Only about 40 percent of the eligible retailers of *jamu* were handling KARET KB as of September 1975. So, to boost sales and enthusiasm the *Jamu Project* undertook an intensive advertising campaign from October 1975 to March 1976. In the months of October to December alone, 100 radio stations broadcast over 50,000 advertisements on the subject.

As a result of the intensive advertising, the monthly sales reportedly increased to over 1,500 gross per month, and the percentage of eligible retailers selling the condoms increased from 40 percent to 49 percent. However, when the campaign ended, sales dropped back to their previous level. Of 625 recently surveyed retailers in Jakarta, 70 percent felt that the low subsidized price (and resulting assumptions of inferior quality) acts as an important barrier to increased sales. However, evidence from other countries shows that subsidized condoms can sell well if supported by sustained advertising. Accordingly, project directors are investigating the possibilities of launching such an advertising effort.

OF NOTE:

- The *jamu*-marketing scheme was the first project to be supported by the Prosperous Indonesia Foundation (YIS), a private organization created by law in February of 1974 to "increase the welfare of the Indonesian people through the execution of health programs, population, and community development."
- By choosing a well-established and highly successful company to market the condoms, the *Jamu Project* staff kept distribution costs down but also necessarily forfeited some decision-making power: the company employees feel that they know much more than the project staff does about marketing techniques and do not feel compelled to take advice from novices.
- Traditionally, *jamu* was prepared only by local *dukuns* (herbal specialists) according to traditional recipes. Today, the large *jamu* producers are modern organizations with sales averaging millions of dollars per year.
- The final distribution points for *jamu* products are street sellers, mobile vans, and roadside stands.
- The expression "You are a *jamu* seller" is reported to mean "You talk a lot."
- Planners felt that the "bartender"-type relationship the *jamu* seller tries to establish with the potential buyer might work more effectively than more formal and intimidating clinic-based education to involve men in family planning.

REFERENCES:

- "*Jamu* and KARET KB," *Information, Education, Communication in Population*, No. 21/22, East-West Center, Honolulu, Hawaii, 1975.
- "Advertising Aids Condom Sales," *ICARP Bulletin*, No. 1, September 1978.
- "KARET KB and *Jamu*: An Integrated Approach to Condom Marketing," *International Development Review*, Volume 4, David L. Piet and Lukas Hendrata, 1974.

Clearinghouse on Development Communication
January 1979

THE MODEL FAMILY PLANNING PROJECT IN ISFAHAN Iran

TARGET AUDIENCE:	Iranian women in both urban and rural districts
OBJECTIVES:	To increase women's acceptance of contraceptives and to stimulate continued use on the part of those initially enlisted in family planning programs
MEDIA:	Banners, mailings, films, radio, TV, print, exhibitions
DONORS/SPONSORS:	Iran Population and Family Planning; Iran's Ministry of Health
DURATION:	Model phase lasted from June 1972 to June 1974; similar projects are now being introduced elsewhere in Iran
CONTACTS:	Dr. Medhi Loghmani, Deputy Director, Ministry of Health, 212 Abbas Abad St., Isfahan, Iran; Roy C. Treadway, Illinois State University, Normal, IL 61761, U.S.A.

DESCRIPTION:

The *Isfahan Model Family Planning Project* is an example of an integrated approach to family planning. Taking place in Iran between June 1972 and June 1974, the project simultaneously used five means of reaching the target audience: (1) public and private clinics; (2) local pharmacies and supply outlets; (3) full-time medical and paramedical family planning field workers; (4) part-time community agents; and (5) mass communications channels. All facets of the program had been previously tested in Najafabad and Shahreza (the study districts) and stimulated varying degrees of family planning acceptance. Designers of this project hoped to discover a workable combination of various project components.

The Iran National Family Planning Program that was launched in 1967 and the Isfahan Communications Project that began in August of 1970 paved the way for the Model Project. The family planning segment of the eight-month Communications Project used radio, films, exhibits, mailings, leaflets, banners, newspaper and magazine inserts, and an information van to generate new demands for family planning services. A concurrent effort, the General Functionary Project, furthered the goals of the Communication Project by educating selected members of the target group on the socioeconomic aspects of population growth, the benefits of family planning, and the use of contraceptive methods.

Representatives of some government and semi-government agencies (The Red Lion and Sun Association, the Imperial Organization for Social Services, and others) worked closely with the Model Project personnel in setting up 20 IUD-insertion centers and 49 pill and condom supply centers in 41 villages.

RESULTS:

Overall, the Model Family Planning Project is considered a success: the number of married women between the ages of 15 and 44 who used contraception increased between June 1972 and June 1974 from 6 to 21 percent. The discontinuation rates (23 percent for IUD recipients and 20 percent for pill users) turned out to be fairly high, but the motivational and educational impacts of the project also appear great. Almost all of the women studied (96 percent) are aware of the existence and availability of contraceptives, while 48 percent have tried at least one method.

Evaluators held that trained medical and paramedical personnel had the most direct impact on the women's receptivity to contraception. The role mass communications played in reinforcing interpersonal communication — the messages received by friends and family who in turn relayed them to the women — remains a key, if unknown, variable. Follow-up surveys were not designed to measure the effectiveness of film, pamphlets, radio spots, and magazine and newspaper inserts at rallying support for the Model Project or of the message itself.

OF NOTE:

- Local community agents — schoolteachers, village leaders, granny midwives, agriculture extension agents, barbers, Literacy Corps workers, and taxi drivers — were enlisted to increase the number of people who accepted pills, condoms, and IUDs. These agents, most of whom were unpaid, recruited only 20 percent of the new acceptors, but the support and credibility they lent to the program were deemed essential to its success.
- All media messages focused on two questions: "Which is best, two or three children?" and "Which method is best, the loop, pill, or permanent method?"
- During the mass media campaign, a UNESCO-sponsored film crew shot a film, "Mass Media and the Field-Worker," on how the mass media reinforced interpersonal communication in this effort. Copies may be obtained from the Division of Development of Application of Communication, UNESCO, 7 Place de Fontenoy, 75700 Paris, France.

REFERENCES:

- "The Model Family Planning Project in Isfahan, Iran," Roy C. Treadway, Robert W. Gillespie, and Medhi Loghmani, *Studies in Family Planning*, Volume 7, Number 11, New York, New York, November 1976.

Clearinghouse on Development Communication
June 1977

THE HAVE A HEART FAMILY PLANNING CAMPAIGN

Jamaica

TARGET AUDIENCE:	Jamaican men and women of reproductive age
OBJECTIVES:	To convince people of the impact family planning can have on the quality of life and to dislodge the belief that fertility is a reflection of virility or womanliness
MEDIA:	Radio and newspapers
DONOR/SPONSOR:	The National Family Planning Board
DURATION:	Instituted in 1975; ongoing
CONTACT:	Norma Soas, National Family Planning Board, 5 Sylvan Avenue, P.O. Box 287, Kingston 5, Jamaica

DESCRIPTION:

The *Have a Heart* Family Planning Campaign grew out of the Jamaican Government's realization that it would have to step up its family planning program if food shortages, overcrowding, underemployment, and unemployment were to be brought under control. The project complemented a series of government-sponsored efforts initiated in 1970 to increase Jamaicans' awareness of and receptivity to the use of contraceptives. While earlier campaigns bore themes such as "Plan Your Family, Better Your Life" and "Girls, You Don't Have to Get Pregnant" and stressed the benefits family planning affords the individual, the *Have a Heart* project emphasized consideration for others and concern about the future, as well as self-interest.

The public information segment of the *Have a Heart* campaign began in 1975 with radio and newspaper spots intended to familiarize Jamaicans with a broad range of contraceptives, to encourage pill and condom use in particular, and to create a general awareness of the role of family planning in personal and national development. A 34-part series of five-minute broadcasts, *Family Life Education*, covered family roles and structures, nutrition, the importance of privacy within the home, and a dozen other topics related to family size.

Later radio broadcasts dealt with sex and family planning more explicitly. Among other things, they told listeners how to choose a birth control method, how to explain reproduction and contraception to children, how a child develops in the womb, how to obtain counselling services, and how to avoid and detect venereal disease.

The present phase of the media effort that supports the *Have a Heart* campaign centers on full-page newspaper advertisements. The pictures and texts reinforce earlier messages, extend the discussion of family planning to topics such as child abuse and the physiology of human reproduction, and generate thousands of information requests.

RESULTS:

Within nine months of the inception of the campaign, a workable commercial marketing system for contraceptives had been extended to include many Jamaicans previously unreached by the contraceptive revolution. Not only were the brands endorsed and distributed during the *Have a Heart* project capturing a hefty percentage of the market, but overall sales of contraceptives were also running at a new high. Moreover, an Advice Bureau (to which members of the public can write, telephone, or come for personal counselling) was established at the National Family Planning Board as a direct result of the campaign.

The *Have a Heart* campaign's use of the mass media was so successful that National Family Planning Board activities scheduled through 1980 will follow a similar plan, carrying the approach even farther to include fuller use of community-based communication channels.

OF NOTE:

- Condoms were marketed under the name of "Panther" while oral contraceptives bore the brand name "Perle." Both were packaged handsomely and were designed to appeal to prevalent ideas of appropriate male and female roles.
- Typical commercial advertising was used in conjunction with radio spots and printed materials that incorporated discussion and feedback.
- To make disseminating information easier, the campaign staff identified four basic target groups: the "new generation," the "misinformed generation," "opinion leaders," and schoolchildren. Each group was approached on its own terms.
- Over 75 percent of those surveyed recently by the Institute of Mass Communications at the University of the West Indies claimed to accept family planning as positive in terms of Jamaica's development.

REFERENCES:

"Jamaica's Family Planning Communication Program Now Based on 'Have a Heart,'" IEC Newsletter, No. 25/26, East West Center, Honolulu, Hawaii, 1977.

"Use of Community Media Resources in a Communication Enterprise," Norma Soas, Caribbean Food and Nutrition Institute, mimeo J-113-76, Trinidad, September 1976.

Clearinghouse on Development Communication
June 1977

THE KOREAN MOTHERS' CLUB PROGRAM

Korea

TARGET AUDIENCE:	Adult Korean women (roughly 700,000 in 28,000 clubs)
OBJECTIVES:	To encourage village communication to promote family planning, to enhance the social and economic status of village women, and to organize village development projects
MEDIA:	Magazines, charts, interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Korea's Ministry of Health and Social Affairs; the Planned Parenthood Federation of Korea; the U.S. Agency for International Development; and the Swedish International Development Authority
DURATION:	Begun in a somewhat different form in the early 1960s as part of the National Reconstruction Movement; revived and revamped in 1968; ongoing
CONTACTS:	Dr. Hyung Jong Park, President, Korea Health Development Institute, 808 Chinyang Apt., 4-ga, Chung-Mu-Ro, Chung-gu, Seoul, Korea; Dr. D. Lawrence Kincaid, Research Associate, East-West Communication Institute, East-West Center, 1777 East-West Road, Honolulu, Hawaii 96822, U.S.A.

DESCRIPTION:

Mothers' Clubs grew out of a 25-year Korean tradition of women's organizations whose purposes have been to give women greater economic security and a more commanding voice in community affairs and development. The feature common to these organizations has been their formation of adjunct financial institutions — rotating credit associations, banks, or both. Formed in 1968, the *Mothers' Clubs* have modernized and expanded these banking and credit operations, but their chief reason for existing is to promote family planning as a primary component of integrated rural development.

The first *Mothers' Clubs* were set up in administrative units that consisted of three villages each. Membership requirements (pertaining to age, education, and prior involvement in community activities) served to keep the size of the clubs at about a dozen members each and to lend the clubs an air of prestige. Even with such restrictions, however, approximately 12,650 clubs had been formed by the end of the first year (partly because awareness of and knowledge about contraception is so high in Korea and because rural Korean women tend to know at least as much as their urban counterparts do about family planning). Gradually, most membership criteria were dropped, the size of individual clubs expanded to an average of 40 members, the administrative unit came to be the single village, and the clubs became self-supporting. Now their total number exceeds 28,000.

Members of active *Mothers' Clubs* cooperatively undertake several types of projects — educational, agricultural, construction, and income-generating — that typically involve organizing, physical labor, fund-raising, or all three. Members generally conduct business and make plans at regularly scheduled monthly or bimonthly meetings, and club leaders call *ad hoc* meetings as necessary. At each meeting, family planning and its relation to community and personal development is discussed and contraceptives are sold at lower than retail prices. In addition, the clubs' financial accounts are updated, and domestic problems are vented.

Club members are kept apprised of the activities of other clubs through two channels. One is the supervisor/promoter employed by PPFK. Each such coordinator oversees about 400 township associations (about 4,800 clubs), establishes new clubs, arranges training sessions for club leaders, and offers general support. The second channel is *Happy Home*, a monthly magazine with a circulation of more than 60,000 copies. This magazine, which is shared during regular meetings, contains articles and stories related to family planning and other aspects of home life. It also features a profile of an outstanding *Mothers' Club* in each issue. PPFK, *Happy Home's* publisher, hopes to begin in the near future radio broadcasts on many of the subjects covered in the magazine.

RESULTS:

While promoting family planning is not the sole function of the *Mothers' Clubs*, this program component readily lends itself to quantitative measurement in a way that changes of social status or of communication flows do not. Research on the impact of the *Mothers' Clubs* family planning activities has, in fact, been quite extensive. More than one study has found that a high percentage (+ 80) of the clubs have low drop-out rates and high attendance rates, that record-keeping at the local level has been exemplary, and that the Clubs have increased the effectiveness and eased the burden of professional fieldworkers. A Knowledge, Attitudes, and Practice (KAP) Study conducted in 1973 showed that a much higher percentage of club leaders than either club members or nonmembers possess detailed knowledge of the various methods of contraception, that 46 percent of the club members practice contraception (compared to 28 percent of all nonmembers) and that relatively few women within or outside the Clubs who did not practice contraception appeared to be motivated by fear, ignorance, or the censure of others (and may thus have benefitted from the clubs indirectly). Although it cannot be proved that club membership alone affects knowledge and attitudes positively and significantly or that the *Mothers' Clubs* have boosted contraceptive use, most research supports the belief that the clubs promote and reinforce positive social, economic, and psychological changes that have their origins elsewhere.

A study of the communication aspects of one particularly successful *Mothers' Club*, a club located in a village once thought to hold little economic promise, led researchers to conclude that the club had met every criterion for successful communication: it had acquired necessary information in a timely fashion, processed the information accurately, and created new information that led it to take constructive action.

OF NOTE:

- Women's clubs based on the *Mothers' Club* model have been formed in Colombia, Egypt, Bangladesh, and the Philippines.
- Other organizations of village women — New Life Clubs, Housewives' Clubs, and New Village Movement Women's Clubs — serve some of the same purposes as the *Mothers' Clubs*. The overlap of activities has spurred both competition and discussion of the need to integrate the functions of various rural organizations.
- The most successful of the *Mothers' Clubs* sponsor activities that range from growing mulberry plants for silkworms to erecting concrete bridges to forming cooperative stores.
- The typical *Mothers' Club* leader is an opinion leader who is approaching 40. She has three children, practices family planning, has a primary education but no religious affiliation, and comes from the middle-income stratum of her community.
- When polled, village women who had chosen not to join their local *Mothers' Club* most commonly gave as reasons a lack of time, opposition to family planning, a general lack of interest in club activities, being new in town, or a shortage of money to invest in the Club Bank.

REFERENCES:

- "The Korean Mothers' Club Program," Park and others, *Studies in Family Planning*, Vol. 7, No. 10, October 1976.
- "Family Planning Education in Action: Some Community Centered Approaches, Judy El-Bushra and Susan Perl, Int. Extension College and IPPF, 1976.
- "The Needle and the Ax — Communication and Development in a Korean Village," D. Lawrence Kincaid and June Ock Yum, in *Communication and Change: The Last Ten Years — and the Next*, East-West Center, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
January 1978

MY BROTHER'S CHILDREN

Nigeria

TARGET AUDIENCE:	Relatively well-off townspeople among the nine million Yoruba of the Western and Kwara States
OBJECTIVE:	To promote family planning by presenting it in the context of the traditional indigenous culture
MEDIA:	Film, print, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	Family Planning Council of Nigeria; International Planned Parenthood Federation
DURATION:	Conceived and carried out in 1971
CONTACTS:	W. Ogionwo, Family Planning Council of Nigeria, P.O. Box 12657, Lagos, Nigeria; Deva Barrett, Media Logistics Officer, IPPF, 18/20 Lower Regent St., London SW1Y4PW, England

DESCRIPTION:

The Family Planning Council of Nigeria joined hands in 1971 with the International Planned Parenthood Federation to sponsor a broad-based, family-planning education program the chief feature of which was to be a film. In consultation, the two groups decided to aim the campaign at the Yoruba since the materials would have to be tailored to peculiar geographical and cultural/tribal customs if it was to have the desired impact upon its viewers. Two other factors influencing the choice of a target audience were the FPGN's longtime presence in Yoruba territory and the success of its clinical services and facilities in Kwara and the Western State.

IPPF and FPCN hired a commercial British film company to produce the film "My Brother's Children." The film company, in turn, subcontracted another agency to conduct a basic survey of the Yoruba's views on acceptable roles for women, family structures, and family sizes. Researchers concluded on the basis of this survey that the elder members of families (which are extended rather than nuclear) shape the family members' attitudes and behavior, that family members take responsibility for each other's welfare, that wives are expected to be subservient and devoted to their husbands' interests, that women make substantial — if erratic — contributions to the family purse, that men tend to measure their sexual potency in terms of the number of children their wives bear, and that the decline of polygamy in Nigeria (with its customary separation of husbands and wives while children are being weaned) has adversely effected attempts to control population.

Once the story line had been developed, the film producers collaborated with two Yoruba communicators — one of whom is a well-known actor — on the final script. They then staged and filmed the polished version of the play in a Yoruba village using a professional but local acting company. Finally, on the basis of fieldworkers' responses to a test showing, the film was edited.

Advance publicity for the film consisted of newspaper reports, radio interviews and a televised showing of the film. When the 34 copies of the film were released during Family Planning Week in December 1971, so were two comic strip versions of the screenplay. (Both the film and the comic strip were reproduced in English as well as Yoruba.) Other forms of publicity included posters, bumper stickers, and the all-out person-to-person efforts of Nigerian family-planning fieldworkers.

Typically, the film was shown in a family-planning clinic and followed by a discussion led by a fieldworker. The discussion leader attempted to move the viewers first to vocalize their reactions to the film and then to progress from the expression of opinion to the formulation of plans for action. Other showings of the film both within and outside Nigeria were before audiences composed of university students, development workers, and medical and government personnel.

RESULTS:

The film "My Brother's Children" was evaluated by a Nigerian sociologist charged with determining both the suitability of the medium and the impact of the messages. He was also asked to compare the effectiveness of the film alone to that of the overall education effort. To carry out the study, the sociologist identified two demographically comparable Yoruba villages with relatively easy access to urban centers; one of these rural communities was to serve as an experimental village, the other as a control. After distributing questionnaires in both villages and showing the film in one, the researcher measured the viewers' extent of recall, attitude change, and acceptance of the filmed messages.

The sociologist concluded that the film had had little effect on the attitudes of those who saw it — a finding borne out by the tendency of the fieldworkers to use it less and less after the initial barrage of showings. Probable reasons for the film's failure to spur attitude changes include the alien nature of the medium and of the equipment used to show the film, the complexity of the messages carried in the film, the distorted presentation of some local customs, and the lack of receptivity among Nigerians to any message that can be construed as negative or threatening.

OF NOTE:

- Film was chosen as the primary medium in this campaign because it could accommodate the oratory of traditional Yoruban didactic drama but, unlike some other dramatic forms, was not associated with fertility or sexual potency rites and messages.
- To minimize the possibility that viewers would find the film preachy or high-handed, the central character was not allowed to become an object of scorn. Instead, he served as a narrator and told the story of his brother's irresponsible, unchecked fertility.
- Kola Ogunmola, the chief actor in the film, secured a copy of the film and integrated it into his own regular performances.
- An urban target audience was selected on the presumption that it would be a receptive audience. Urban couples, it was felt, might be more egalitarian in terms of decision-making, more apt to understand the need for change and to experiment with new lifestyles, and less likely than rural people to count on children as additional sources of income.
- The film struck some viewers as not quite true to life when a village elder gave a bride lengthy advice, instead of merely his blessing, at her wedding.

REFERENCES:

- Family Planning Education in Action: Some Community-Centered Approaches*, IEC Broadsheet No. 8, Judy el-Bushra and Susan Perl, International Extension College and International Planned Parenthood Federation, 1976.
- "Family Planners Find Tradition and Child Mortality Barriers to Acceptance of Programs in Rural Nigeria," *World Education Reports*, No. 8, January 1975.

Clearinghouse on Development Communication
April 1978

AGRICULTURAL ANALOGY APPROACH TO FAMILY PLANNING Philippines

TARGET AUDIENCE:	Rural Filipinos
OBJECTIVE:	To introduce family planning to rural dwellers without using unfamiliar technical terms
MEDIA:	Flipcharts, comic books, interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	International Institute of Rural Reconstruction (IIRR) with funds from the SCAIFE Charitable Family Trusts, Communication Foundation for Asia (CFA), and Family Planning International Assistance (FPIA)
DURATION:	Project began in early 1974; evaluation in progress
CONTACTS:	Dr. Juan Flavier, International Institute of Rural Reconstruction, Silang, Vavite, Philippines, 2720; and Dr. Hans Groot, Family Planning International Assistance, 810 Seventh Avenue, New York, New York 10019 U.S.A.

DESCRIPTION:

The groundwork for the production of flipcharts and comic books using the concept of the *Agricultural Analogy Approach to Family Planning* was laid in 1974 when the International Institute of Rural Reconstruction and the Communication Foundation for Asia decided to use funds from FPIA to develop and co-produce materials for use in family planning education. Specifically, they agreed to create and pretest a series of 12 comic books and four flipcharts designed to support the "agricultural analogy approach" to learning.

The agricultural analogy approach itself had been developed some years before by Dr. Juan Flavier of IIRR with funds from SCAIFE as a means of acquainting rural people with new concepts without introducing terms the people had never heard. The main components of the agricultural approach are the use of parallels or analogies from agriculture to explain new ideas, dependence upon the farm people themselves for the development of the analogies, reliance on discussion groups of from seven to ten members each to discuss the analogies, and stress on both personal and community responsibility.

The colorful materials developed in support of the *Agricultural Analogy Approach to Family Planning* emphasized the "why" of family planning before spelling out the "what" and the "how." Issued monthly, the 16-page comic books each contained two stories focusing on a single agricultural theme and an illustrated centerspread designed to relate that theme to family planning. The flipcharts featured pairs of pictures, one depicting a family planning activity and the other an agricultural activity, united by one caption. The specific parallels and themes the materials covered were carefully selected after the project staff spent a week living with the farmers and fishermen slated to become the target audience.

Once the materials were developed and pretested, they were distributed through roughly 20 rural health units in the province of Cavite. Fifty thousand copies of each issue of the comic books and two hundred 15-part sets of flipcharts were sent into the field to test the notion that mass media can effectively multiply the sphere of influence of a family planning agent. Also at issue was the people's receptivity to familiar media, language, and examples to introduce unfamiliar subject matter.

RESULTS:

According to preliminary reports by IIRR, fertility rates among women in Cavite have declined as a result of the experiment in using agricultural parallels to present knowledge of family planning. While fertility has also declined among women approached by family planners who employ more conventional tactics, such declines are less dramatic than those achieved by the experimental group.

The media used in the campaign were evaluated by separate agencies. The J. Walter Thompson Company, a commercial advertising firm, conducted three sets of interviews in four Cavite villages to test the impact of the comic books. It found that the comics successfully transmitted knowledge about what family planning is and about how and why it works, but exerted little influence on mothers' attitudes toward its practice. It also found that while comic books got the family planning message across, their effectiveness would have been greater had they included discussions of the side effects associated with various birth-control methods. In its assessment of the flipcharts, the University of the Philippines found that the charts were more effective than conventional learning devices at arousing the rural audience's interest and at increasing its knowledge of family planning.

OF NOTE:

- Previous attempts in the Philippines to teach family planning typically involved the use of Hispanicized English and of newly coined words, both of which confused and alienated the target audiences.
- The use of verse captions on the flipcharts capitalizes on rural Filipinos' fondness for *balagtas* (debate in verse) and *duplo* (couplets), two popular folk arts.
- The "agricultural approach" was first suggested by an elderly villager in a conversation with Dr. Flavio. "You mentioned ovary, ovum, uterus; and, frankly, they do not sound real to me," she said, "but I can understand them in terms of string beans whose seeds are extruded out and grow on fertile fields."
- The analogies have been derived from four categories: plants, animals, household articles, and beliefs.

REFERENCES:

- "Agricultural Approach to Family Planning," Demetrio M. Maglalang, Communication Foundation for Asia, Manila, Philippines, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
June 1977

BATINGAW

Philippines

TARGET AUDIENCE:	Filipino adult movie-goers
OBJECTIVES:	To use the medium of commercial film to promote the cause and further the understanding of family planning
MEDIA:	Film, VTR, print, TV, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	The Communication Foundation for Asia, and the Ford Foundation
DURATION:	Conceived in 1973; produced in 1973-74; first shown in 1974
CONTACTS:	Ramon A. Tagle, Jr., General Manager, The Communication Foundation for Asia, 4427 Int. Old Sta. Mesa St., Sta. Mesa, Manila, Philippines; William O. Sweeney, The Ford Foundation, 320 East 43rd Street, New York, New York 10017, U.S.A.

DESCRIPTION:

The Communication Foundation for Asia (CFA) completed production of a feature film bearing the deep impress of a family-planning message in December of 1973, the eve of World Population Year (1974). By substituting for an explicitly educational film format a format with proven mass appeal and by starring prominent actors in the film, CFA hoped to win the "responsible parenthood" message a large audience, segments of which do not see documentary films. CFA's secondary goal was to produce a "message" film that had some chance of attaining commercial success and, thus, of paying for production costs — costs usually borne by government agencies or foundations.

Producing the film that eventually became *Batingaw* involved both the normal risks associated with any large-scale commercial film-making venture and the special problems and expenses that attend an experiment in communications. Besides equipping the film to compete at the box-office with action-packed martial arts movies and comparably escapist fare, the producers had to balance entertainment and education in a way the movie-going audience would find satisfying. Indeed, meeting simultaneously the demands of the marketplace, cinematic art, and communications research required creating a research, production, and evaluation plan in which each type and phase of activity was mapped out in relation to all others. To lay this design, planners from CFA drew support from the Population Commission, the UP Institute of Mass Communication, the Asian Social Institute, and other communication, development, and media organizations.

The production of *Batingaw* involved extensive pre-testing and audience feedback. In August of 1973, the CFA Research team studied well-known directors to weigh the capability of each to bring a development message to life on the screen and named Pablo Santiago director. During the same month, the researchers carried out in Greater Manila an eight-day survey to identify movie-goers' favorite actors, to form some idea of the typical movie-goer, and to find out both why Manila audiences go to the movies and what types of movies they prefer. The findings of this research were brought to bear on casting and the last rounds of scriptwriting. Then, in November, the team shot nine key scenes on VTR and played them for a 25-person sample audience in order to obtain feedback, which turned out to be positive both in terms of understanding and enjoyment. In January of 1974, after the script had been refined and filming was in progress, a final test took place: evaluators tried out the methodology they intended to employ to record movie patrons' response once *Batingaw* was released and found that their technique was favorably received by 80 percent of the 79-person urban sample.

The finished version of *Batingaw*, which opened to critical and popular acclaim in March of 1974 and enjoyed a good run, challenges the notion that within development what people want is necessarily at odds with what they need. The *Batingaw* audience got exactly what it wanted — melodrama, action, top-notch talent, comic interludes, a long-suffering heroine, etc. The made-to-order plot revolves around the self-sacrifice of an elder daughter to her siblings' welfare, a lovers' triangle involving two sisters, and the deathbed reunion of a family rent by circumstances seemingly beyond its control — all favorite movie themes. At the same time, the subplots (variations on the ills that can befall children neglected by their parents) culminate tragically in a wayward father's reckoning with his failure to take responsibility for his family and hopefully in the inauguration of the town's first family-planning clinic. In short, *Batingaw* educates while it entertains because its educational burden is distributed among many subplots, its subplots are integrated deftly with the main story line, and its theme of social responsibility is treated as a family matter and not as a dismissible abstraction.

RESULTS:

Batingaw has been assessed in terms of the total number of people who have seen the film, reception by critics, box-office revenues, and the impact of the message on the audience. A formal evaluation conducted under contract to CFA by the Research Institute of J. Walter Thompson involved a random sample of 414 movie-goers in Manila, Iloilo City, and Davao City in an attempt to measure audience reaction to the family-planning message and the extent of overlap of the viewers' and producers' perceptions of the film's intent. Using the methodology tested in January of 1974, the researchers first issued every tenth patron an invitation to report back to the lobby after the showing in order to claim a prize and then invited the prize-winner to spend ten minutes answering questions. These interviews revealed that the sample audience (two-thirds of which were between the ages of 15 and 29 and over half of which had some high school or college education) recognized that family planning was the overriding theme of *Batingaw*, that it was nearly unanimous in its liking of the film, and that the majority responded favorably to lessons perceived to be of a moral nature. Some disagreement was detected as to the relative importance of the secondary themes, however.

Other indicators of success include the size of the audience and the gross box-office receipts. More than one million Filipinos saw *Batingaw* during its commercial run in Manila and in provincial theaters, and three million viewed it on Manila TV in conjunction with World Population Year. In addition, the film's audience includes those who have seen a 16mm re-taped print of the film distributed through the Population Commission. The film's commercial success enabled CFA to set up a trust fund to finance other innovative family-planning projects, the first of which was the production of audio-cassette "magazines" for use in the waiting rooms of clinics.

OF NOTE:

- *Batingaw*, the original English script for which was called *The Bells of San Jose*, alludes to John Donne's famous line "Ask not for whom the bell tolls . . ." and refers to the old church bell in the town where the film's main action takes place.
- Untraceable rumors to the effect that *Batingaw* would contain explicit treatments of childbirth and rape, while unfounded, are thought to have aroused interest in the film, particularly in view of President Marcos' prohibition of such sensationalism. On the other hand, project guidelines specified that the audience was to be told in advance of the film's release that *Batingaw* carried an explicit development message.
- The most overtly educational segment of the film consists of a sermon on responsible parenthood. Preaching is made palatable during this sequence by the use of humor: male members of the congregation who feel the pangs of conscience on hearing the priest's words sneak out of the church and give the audience an excuse to laugh.
- The production values of *Batingaw* reflect a well-known formula, "*konting bakbakan, konting lyakan, at konting tawanan*," a peculiar blend of action, tragedy, and comedy that Filipino audiences enjoy.
- Among many awards bestowed on *Batingaw* are those for "outstanding expression of a theme of social significance" and "best art direction" at the 20th Annual Asian Film Festival in 1974. The film received nominations in almost all FAMAS (the Filipino Oscar) categories, taking the prize for best supporting actor, and it was shown in the Third International Film Festival in Tehran in December of 1974 as an example of a first-rate Asian film.
- Other Filipino films with development messages have been made in the wake of *Batingaw*'s success. Entries in the 1975 Metro Manila Film Festival, for example, included films dealing with family planning, land reform, and the preservation of the native culture.

REFERENCES:

- "The Making of *Batingaw*," Alfredo A. Cafe in *From the Village to the Medium: An Experience in Development Communication*, edited by Demetrio M. Maglalang, Manila, 1976.
- "Cassette Magazines for Family Planning Education," *DevCom*, Vol. 2, No. 3, Communications Foundation for Asia, Manila, undated.
- Private correspondence with William O. Sweeney, Ford Foundation, New York, December 1978 and January 1979.

PREETHI MARKETING PROGRAM

Sri Lanka

TARGET AUDIENCE:	Sri Lanka adults of reproductive age (approximately 5,000,000 people)
OBJECTIVES:	To test the effectiveness of normal marketing practices to distribute condoms widely and thereby increase the number of Sri Lankan couples who practice family planning
MEDIA:	Newspapers, radio, cinema, slides, print, and interpersonal communication
DONORS/SPONSORS:	International Planned Parenthood Federation (IPPF); Family Planning Association of Sri Lanka (FPASL); and Population Services International (PSI)
DURATION:	Begun in 1973; ongoing
CONTACTS:	J. F. J. Mirando, Marketing Director, CBD Project, Family Planning Association of Sri Lanka, Buller's Lane, Colombo, 7, Sri Lanka; S.D.N. Hapugalle, Community Development Services, 62-64 Cotta Road, Colombo 8, Sri Lanka

DESCRIPTION:

The *Preethi Marketing Program* was launched to help curb population growth in Sri Lanka by making contraceptives more readily available to the population at large. Population Services International (PSI) was commissioned in 1973 by the International Planned Parenthood Federation (IPPF) to initiate a contraceptive-marketing program in Sri Lanka with the cooperation of the Family Planning Association of Sri Lanka (FPASL). The goal of the program was to demonstrate that commercial marketing techniques could significantly increase the number of couples using reliable, modern contraceptives and that unit costs would be as low as or lower than those associated with clinic-based programs.

Prior to the establishment of the program, a feasibility study was undertaken by PSI to ascertain the most suitable country for demonstrating effectively the potential for social marketing of contraceptives. Five countries (Bangladesh, Sri Lanka, Indonesia, Malaysia, and Western Samoa) were considered as project sites. The main criteria for selecting Sri Lanka were the presence of (a) a good nationwide communications network, (b) a high level of literacy (defined as the ability to read and write a simple paragraph), (c) a good infrastructure of commercial outlets, (d) a hospitable Government policy, and (e) a high proportion of married couples in the cast economy.

The *Preethi Marketing Program* began in May 1973. During the first six months, a two-person PSI management team, assisted by a part-time Sri Lankan marketing consultant, designed the operational plan and commissioned market studies, distribution, advertising, and printing by local social agencies and private companies. IPPF's evaluation office collaborated with PSI management in the design of evaluation instruments, while PSI monitored, modified, and evaluated the program.

On October 1st, 1973, nationwide distribution and mass-media advertising commenced. The launch period was designated as two years — the time required for a new product in Sri Lanka to settle into the distribution pipeline, be accepted by retailers, receive any marketing modifications, and find its prime market segment. It was anticipated that the post-launch period would bring acceptance by additional segments of the fertile population. During the first launch month, 3,177 retailers purchased more than half a million "Preethi" brand condoms from traveling representatives of the distribution firm.

Three levels of education and advertising were used during the launch period: (1) mass-media advertising of Preethi's benefits was aimed at target participants, mainly through newspapers, radio, cinema slides, and retailers' display; (2) all Preethi retailers were educated and motivated using personal visits, samples, and booklets; and (3) by means of a direct mail campaign, 4,500 elite opinion leaders were informed of the program to secure their approval of the program, the method, and the brand name.

By March 31st, 1975 (18 months after the launch period began), nearly 5.9 million condoms had been distributed, including 5.6 million sold to more than 4,000 retailers, 114,000 sold by mail order, and 124,000 given away

as free samples. Mail-order sales began in January 1974; almost 2 percent of sales between October 1973 and the end of March 1975 were made by mail.

RESULTS:

The success of the *Preethi Marketing Program* recommends inclusion of the condom in a multi-method program. Use of the condom has improved the protection afforded by rhythm and provided a reliable alternative for those discontinuing use of the pill or IUD. The program to distribute Preethi has introduced new acceptors to the practice of family planning quickly and at low unit costs.

Preethi's future seems clear. In 1977, at a conference on "Village and Household Availability of Contraceptives" held in Tunis, S.D.N. Hapugalle (Preethi project director since June 1975) reported that Preethi sales, which averaged between 300,000 and 330,000 units per month in the first two years, reached a level of over 500,000 units per month at the close of the third year since launch. By 1976, the per capita consumption of Preethi amounted to 0.5, five times the pre-program level for 1973.

Acceptance of Preethi by 8 percent of Sri Lanka's fertile couples in the first program year (at a cost of only \$2.16 per acceptor) and an increase in the annual per capita use of this contraceptive by a factor of five in less than three years suggest that policy-makers in developing countries should consider wider use of social marketing for the advancement of family planning. Furthermore, the marketing model tends to produce lower unit costs over time. This may make the introduction of similar programs particularly appealing in those situations where program cost is an important factor.

OF NOTE:

- "Preethi" means happiness in both Sinhala and Tamil, the two predominant languages of Sri Lanka.
- In May 1975, PSI handed over management to IPPF's project director-designate, the former executive director of the FPASL. At that point the program was fully staffed by Sri Lankans.
- An essential aspect of the program was using an existing nationwide network of retailers to make Preethi available to the greatest number of fertile couples in the shortest possible time. Reckitt and Colman (Ceylon) Ltd., an established and successful marketer of various household products, was commissioned to package and distribute the imported product to its 4,000 prime retailers.
- In 1977, it was reported that although radio proved to have the best reach, this medium could not be used because product advertising of contraceptives by brand name is not permitted. The lack of radio support was felt because such support would have substantially increased sales. However, the project director has given radio talks during the peak listening hours to address such subjects as "Planning for Progress," "Population and National Development," "Communication and Development," and "Social Marketing."
- The project director holds monthly meetings with distributors and advertising-agency employees to review progress and make sure that the objectives of the project are being met.

REFERENCES:

"Measuring the Effectiveness of Contraceptive Marketing Programs: Preethi in Sri Lanka," John Davies and Terrence D.J. Louis, *Studies in Family Planning* — a publication of the Population Council, Volume 8, No.4, April 1977.

International Planned Parenthood Federation (IPPF) Report to Donors, 1974.

"Planned Parenthood and Community Based Distribution — Sri Lanka Model," presented at a conference on "Village and Household Availability of Contraceptives" under the auspices of The Battelle Population Study Centre and the Tunisian National Office of Family Planning and Population, Lt. Col. Dennis Hapugalle, March 1977.

Clearinghouse on Development Communication
April 1979

The following set of 72 *Project Profiles* are available in English. Those that have been translated are denoted by: (A) Arabic; (F) French and (S) Spanish.

AGRICULTURE

Basic Village Education
School-on-the-Air
The Radio Farm Forum Pilot Project
Mali Livestock II Project
Assistance to Rural Broadcasting
Radio Educative /Pilot Project in
Communication Media in Adult Education
Kipsigis Homesteads Cattle-Dip
Management Program
Masagana 99
Plan Puebla
Lefatshe La Rona—Our Land
The Training Component of the
Thaba Bosiu Rural Development Project
Radio Huayacacotla

Guatemala A, F, S
India A, F, S
Thailand A, F, S
Mali
Afghanistan A, F, S
Senegal A, F, S
Kenya A, F, S
Philippines A, F, S
Mexico
Botswana
Lesotho
Mexico

NUTRITION

Experimental Nutrition Project
Breastfeeding Campaign
Mass Media Nutrition-Advertising Campaign
Nutrition Mass Communication Project
Project Poshak
Nutrition Advertising Campaign
Mass Media vs. Direct Education Program

Brazil A, F, S
Trinidad and Tobago A, F, S
Philippines A, F, S
India A, F, S
India A, F, S
Tunisia A, F, S
Mexico A, F, S

POPULATION

The Have a Heart Family Planning Campaign
The Model Family Planning Project in Isfahan
Agricultural Analogy Approach to Family Planning
The Korean Mothers' Club Program
My Brother's Children
The Jamu Project
Batingaw
Preethi Marketing Program
APROFAM Family Planning Program

Jamaica A, F, S
Iran A, F, S
Philippines A, F, S
Korea
Nigeria A, F, S
Indonesia A, F, S
Philippines
Sri Lanka A, F, S
Guatemala A, F, S

HEALTH

Man is Health (Mtu Ni Afya)
The Pila Project
Telemedicine in Alaska
The Danfa Comprehensive Rural
Health and Family Planning Project
The Candelaria Project
Zaa Na Uwatunze
Radio Doctor
Promotores de Salud
The Kavar Village Project
Health Education Radio Dramas

Tanzania A, F, S
Guatemala A, F, S
United States A, F, S
Ghana
Colombia
Kenya A, F, S
Haiti A, F, S
Guatemala
Iran A, F, S
Sri Lanka A, F, S

EDUCATION AND HUMAN RESOURCES

Radio Mathematics
Instructional TV and Educational Reform
Radio Santa Maria
BRAC's Sulla Functional Education Project
ETV Samoa
Mauritius College of the Air
Radio ECCA
Correspondence Course Unit
SITE Teacher Training
Lesotho Distance Teaching Centre
Télé-Niger
Acción Cultural Popular Hondureña
Tarahumara Radio Schools
Radioprimaria
Rural Radio Education Project
Functional Literacy and Family-Life
Planning Program
Movimento de Educação de Base
The MOBRAL Adult Literacy Experiment
The Shuar Radio Schools
ETV Maranhão
Korean Air and Correspondence High School
KEDI Educational Radio and
Television Broadcasting

INTEGRATED DEVELOPMENT

Acción Cultural Popular (ACPO)
Laedza Batanani
The Lower Yukon (Skyriver) Project
Radio Mensaje
Agri-Service Ethiopia
Inades
Integrated Family Life Education Project
Project for Equality of Access to
Education for Women and Young Girls
The Comilla Project
Association of Radio Clubs of Niger
The Shadab Integrated Rural Development Project
Satellite Instructional Television Experiment (SITE)
Audio Cassette Listening Forums

Nicaragua	A, F, S
El Salvador	A, F, S
Dominican Republic	A, F, S
Bangladesh	
American Samoa	
Mauritius	
Canary Islands	
Kenya	A, F, S
India	A, F, S
Lesotho	A, F, S
Niger	A, F, S
Honduras	A, F, S
Mexico	
Mexico	
Paraguay	A, F, S
Thailand	
Brazil	A, F, S
Brazil	
Ecuador	
Brazil	
Korea	
Korea	
Colombia	A, F, S
Botswana	A, F, S
United States	A, F, S
Ecuador	A, F, S
Ethiopia	
Ivory Coast	
Ethiopia	
Upper Volta	A, F, S
Bangladesh	
Niger	
Pakistan	A, F, S
India	A, F, S
Tanzania	

PERFILES DE PROYECTOS

Estudios de la Agencia para el Desarrollo
Internacional de los Estados Unidos sobre la
Tecnología Educativa y los Sistemas de
Comunicación Aplicados al Desarrollo

318-1.042

Preparado por: Clearinghouse on Development Communication

1414—22nd Street, N.W.

Washington, D.C. 20037 U.S.A.

Tel. (202) 862-1900

Para: U.S. Agency for International Development

Office of Education

Bureau for Science and Technology

Washington, D.C. 20523 U.S.A.

Tel. (703) 235-9063

ISBN No. 0-89492-048-0

The Clearinghouse is operated by the Academy for Educational Development

Prefacio

Los Perfiles de Proyectos han sido escritos y publicados por el Clearinghouse on Development Communication. Estos breves estudios de caso describen la aplicación, en forma positiva, de los medios de comunicación en apoyo de una variedad de programas — en salud, agricultura, nutrición, planificación familiar, educación formal y desarrollo integrado.

Para facilitar la comparación e ilustrar los contrastes entre estrategias diferentes, cada Perfil sigue un formato uniforme. A fin de asegurar que la información proporcionada sea precisa y válida en la actualidad, hemos enviado borradores de los Perfiles al personal que ha trabajado en los diferentes proyectos y hemos incorporado sus sugerencias y correcciones. Finalmente, hemos proporcionado las referencias sobre los documentos para que los interesados puedan obtener mayor información sobre los proyectos de las personas que figuran en la sección "Para Mayor Información, Diríjase a:" De hecho, es por medio de esta sección que la Clearinghouse intenta poner en contacto directo a los interesados en la planificación de proyectos.

Al final del volumen el lector encontrará un índice detallado de los Perfiles de Proyecto según el sector correspondiente, uso de medios de comunicación, región geográfica, etc. También existe una serie de Perfiles en inglés, francés, y árabe.

Recibiríamos con agrado los comentarios que nuestros lectores nos hicieran sobre la utilidad de los Perfiles, también como información sobre proyectos en el campo de los medios de comunicación que podrían incluirse entre otras publicaciones del Clearinghouse.



INDICE

AGRICULTURA

Educación Básica Rural, (Guatemala)	1
El Proyecto Piloto de Foros Agrícolas por Radio, (Tailandia)	3
La Escuela en el Aire, (India)	5
Asistencia a la Radiodifusión Rural, (Afganistán)	7
<i>Radio Educative</i> /Proyecto Piloto en Medios de Comunicación para la Educación de Adultos, (Senegal)	9
Programa de Administración de Tanques de Inmersión para Ganado en <i>Kipsigis</i> , (Kenia)	11
<i>Masagana 99</i> , (Filipinas)	13



DESARROLLO RURAL INTEGRAL

Acción Cultural Popular (ACPO), (Colombia)	17
<i>Laedza Batanani</i> (Botswana)	19
Proyecto para el Territorio Inferior del Yukon (Skyriver), (Estados Unidos)	21
Radio Mensaje, (Ecuador)	23
Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas, (Alto Volta)	25
Proyecto de Desarrollo Rural Integral de Shadab, (Pakistán)	27
Experimento de Televisión Educativa vía Satélite, (India)	29



EDUCACION Y RECURSOS HUMANOS

La Televisión Educativa y la Reforma de la Educación, (El Salvador)	33
Matemáticas por Radio, (Nicaragua)	35
Radio Santa María, (República Dominicana)	37
Capacitación de Maestros, Programa <i>SITE</i> , (India)	39
Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, (Lesotho)	41
Unidad de Cursos por Correspondencia, (Kenia)	45
Acción Cultural Popular Hondureña, (Honduras)	49
<i>Tele-Niger</i> , (Nigeria)	51
Proyecto Radio Primaria Rural, (Paraguay)	55
Movimiento de Educación Básica, (Brasil)	57



NUTRICION

Campaña de Leche Materna, (Trinidad y Tobago)	59
Proyecto Experimental de Nutrición, (Brasil)	61
Proyecto de Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, (India) ..	63
Campaña Publicitaria Sobre Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, (Filipinas)	67
Proyecto Poshak, (India)	69
Campaña de Publicidad Sobre Nutrición, (Túnez)	71
Medios de Difusión Masivos vs. Programa Directo de Educación, (México)	75



POBLACION

El Proyecto Modelo de Planificación Familiar en Isfahan, (Irán)	77
La Campaña de Planificación Familiar (<i>Have a Heart</i>) Tengan Corazón, (Jamaica)	79
Método de Analogía Agrícola para la Planificación Familiar, (Filipinas)	81
Los Hijos de mi Hermano, (Nigeria)	83
El Proyecto <i>Jamu</i> , (Indonesia)	85
Programa de Comercialización de Contraceptivos <i>Preethi</i> , (Sri Lanka)	87
Programa de Planificación Familiar — <i>APROFAM</i> , (Guatemala)	89



SALUD

El Hombre es Salud (<i>Mtu ni Afya</i>), (Tanzania)	93
El Proyecto Pila, (Guatemala)	95
Telemedicina en Alaska, (Estados Unidos)	97
<i>Zaa Na Uwatunze</i> , (Kenia)	99
<i>Radio Docteur</i> (Médico por Radio), (Haití)	101
Proyecto de las Comunidades Rurales de Kavar, (Irán)	103
Educación Sanitaria Mediante Radionovelas, (Sri Lanka)	105
Referencias	107



EDUCACION BASICA RURAL

Guatemala

BENEFICIARIOS:	Campeños indios y ladinos de Guatemala
OBJETIVO:	Cambiar las prácticas agrícolas e incrementar la producción mediante el uso eficaz de las comunicaciones
MEDIOS DE DIFUSION:	Comunicación interpersonal, foros, materiales gráficos
DONANTES-PATROCINADORES:	La Oficina Latinoamericana de la AID, Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, y los Ministerios de Educación y Agricultura de Guatemala
DURACION:	El programa se inició en 1973 y continúa funcionando
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Profesor Mario R. Dardón, Director del Proyecto, Programa de Educación Básica Rural, 2a. Avenida 8 - 53, Zona 1, Ciudad de Guatemala, Guatemala; Dr. Howard Lusk, Chief of Education, Science and Technology, Latin American Bureau, U.S. AID, Rm. 2245 New State, Washington, D.C. 20523, USA

DESCRIPCION:

El programa de *Educación Básica Rural* es un experimento quinquenal destinado a utilizar medios de comunicación para familiarizar a los campesinos guatemaltecos con prácticas agrícolas modernas. Una meta secundaria del proyecto consistió en aumentar la eficacia de los extensionistas agrícolas de forma que pudieran ayudar a resolver problemas individuales y regionales del campo. El plan destinado a determinar la eficacia en función del costo de distintas combinaciones de medios de comunicación fue ejecutado por la Academy for Educational Development bajo un contrato con la Agencia para el Desarrollo Internacional (cuya contribución al proyecto alcanzará un total acumulativo de US\$ 1.650.000 cuando quede finalizado). El plan contemplaba originalmente tres, y posteriormente, cuatro combinaciones de medios de comunicación distintos, representando grados crecientes de contacto con las familias rurales "en dos sectores culturales y geográficos sumamente diferentes".

El proyecto fue iniciado en 1973 entre los ladinos (mestizos) de habla hispana de la región sureste de Guatemala. Unos 18 meses después, el experimento se amplió para abarcar la región montañosa del occidente donde se orientó a la población india de habla quiché. En una encuesta realizada por el personal del programa de Educación Básica Rural en 1974, se constató que, en el Valle de Yupiltepeque de Guatemala el analfabetismo era de 64 por ciento, y 66 por ciento en las comunidades rurales cerca de Momostenango, en las montañas.

Como principal medio para impartir los nuevos conocimientos agrícolas y estimular un cambio en el comportamiento, se seleccionó la radio. Dos estaciones de radio transmitieron el programa durante ocho horas diarias, desde las 5 hasta las 9 de la mañana y desde las 4 hasta las 8 de la tarde, de lunes a sábado. Para captar y mantener a una amplia masa de radioyentes, el personal del programa de Educación Básica Rural dedica un 80 por ciento del tiempo a música, amenidades y a otros aspectos no relacionados con la agricultura. Las horas restantes están consagradas a la discusión de temas agrícolas. El núcleo del programa de agricultura lo constituyen una "revista agrícola" de 30 minutos de duración, novelas por radio, una entrevista con preguntas y respuesta a cargo de un agrónomo y 30 o 40 anuncios breves en los que se transmiten mensajes relacionados con el campo.

El primero de los cuatro enfoques de comunicación diferentes consiste en mensajes transmitidos solamente por la radio. El segundo añade un "monitor" de pueblos seleccionado y capacitado localmente durante un mes — el cual visita semanalmente a cuatro o cinco pueblos que, en conjunto, contienen unas 200 familias, y celebra reuniones a última hora de la tarde durante las cuales se escuchan grabaciones en cassette de los mensajes de radio grabados previamente. El monitor utiliza cuadros de hojas móviles y carteles para ilustrar las discusiones, proporciona hojas que los campesinos puedan llevarse a

casa y, en algunos casos, cultiva parcelas de demostración. Un tercer enfoque consiste en proporcionar asistencia técnica a nivel básico a cargo de agrónomos, cada uno de los cuales sirve a 600 familias, aproximadamente. El agrónomo del programa de Educación Básica Rural trabaja con los monitores en los pueblos, realiza demostraciones en parcelas, ayuda a solucionar problemas locales de producción de cultivos y proporciona asesoramiento a los campesinos. También actúa como supervisor y capacitador de los monitores y proporciona un vehículo importante para facilitar información sobre lo que ocurre en el campo. El cuarto enfoque, agregado en 1975, emplea a monitores solamente en las zonas a las que no llegan los programas de radio.

RESULTADOS:

Al contrario de lo que se esperaba, y quizás debido a que la programación se adaptó tan cuidadosamente a las necesidades locales, la radio parece tener un efecto considerable sobre el comportamiento de los campesinos. Este diseño experimental especial, dicen algunos, ha creado un amplio sistema de comunicaciones personales en vez de proporcionar radiotransmisiones impersonales tradicionales. Además, los monitores y agrónomos parecen reforzar eficazmente los mensajes por radio.

Las reuniones transmitidas por radio tendieron a atraer a campesinos que ya estaban dispuestos a adoptar prácticas agrícolas más modernas. Pero algunos campesinos que no asistieron a las reuniones también modificaron sus prácticas agrícolas. Entre los principales cambios registrados figura la selección de mejores

semillas de maíz y el uso de fertilizantes durante la época de florecimiento y la siembra. También aumentó el uso de fungicidas entre muchos de los agricultores de la zona, aunque este cambio fue menos marcado.

ASPECTOS QUE MERECEEN DESTACARSE

- En 1976, el efecto usual de una baja pluviosidad sobre los rendimientos de las cosechas fue exacerbado por la sequía que ocurrió en los meses críticos de julio a setiembre.
- El experimento fue perturbado por el terremoto de febrero de 1976. Durante un mes, los recursos del proyecto fueron utilizados casi exclusivamente en actividades de auxilio a las víctimas del terremoto.
- La introducción en 1976 del proceso serigráfico produjo gráficos superiores, eliminó la lenta tarea de copiar a mano el material y permitió a los artistas disponer de más tiempo para integrar los conceptos desarrollados en los materiales ilustrativos a usarse en el futuro.

REFERENCIAS:

"The Basic Village Education Project: Third Interim Report, Field Operations, June 1975-1976", Academy for Educational Development, Washington, D.C., 1976.

"The Basic Village Education Project: Third Interim Report, Evaluation Component, University of Florida, July 1976", Academy for Educational Development, Washington, D.C., 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

EL PROYECTO PILOTO DE FOROS AGRICOLAS POR RADIO

Tailandia

BENEFICIARIOS:	Los campesinos y el servicio de extensión agrícola de Tailandia
OBJETIVO:	Comprobar la eficacia del concepto de foros por radio en incrementar la comunicación en ambas direcciones entre los campesinos y los funcionarios del servicio de extensión agrícola de Tailandia
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio y distintas publicaciones, complementadas por las comunicaciones interpersonales
DONANTES-PATROCINADORES:	El Departamento de Extensión Agrícola (DEA) del Ministerio de Agricultura y las Cooperativas del Gobierno Real de Tailandia, y el PNUD/Servicio de Comunicaciones para Fomento del Desarrollo
DURACION:	Fue concebido en 1968 y llevado a cabo por primera vez en 1975; actualmente se está ampliando con el fin de abarcar a cinco provincias en 1977 y a 15 en 1978
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Mr. Pote Chumsri, Department of Agricultural Extension, Ministry of Agriculture and Cooperatives, Rajadamnern Avenue, Bangkok, Thailand

DESCRIPCION:

Aunque el *Proyecto de Foros Agrícolas por Radio* fue concebido en 1968, su ejecución se retrasó varios años mientras se organizaba el DEA. En 1975, se realizó un proyecto piloto para comprobar si el concepto de foros por radio era aplicable a la región agrícola de Tailandia. Después de seleccionar el área de estudio en forma sistemática, se formaron con la colaboración de los jefes de los pueblos, grupos de radioyentes. Luego se hizo la selección de cuatro líderes para el Foro Agrícola por Radio en cada uno de los ocho grupos de pueblos del proyecto. Finalmente se iniciaron los programas de capacitación para los líderes locales de los foros.

Una vez que las distintas partes del proyecto quedaron establecidas, se transmitieron programas semanales por radio. Después de cada programa de media hora de duración, los grupos de radioyentes de los pueblos discutieron el contenido del programa y el material impreso complementario elaborado por el DEA. Se les pidió que hicieran comentarios sobre los programas y sobre las publicaciones, y que trataran de hallar aplicaciones prácticas locales para ideas y métodos de ambos. Los problemas que no podían ser resueltos entre los grupos de radioyentes de los pueblos, se remitieron a través de los informes semanales preparados por los líderes del Foro Agrícola por Radio, al funcionario correspondiente del DEA y a otras personas o entidades capaces de proporcionar ayuda.

Las respuestas proporcionadas a los grupos de radioyentes se hicieron fundamentalmente en tres formas distintas: se utilizaron transmisiones por radio y publicaciones para dar contestación a algunas de las preguntas, mientras que el personal del DEA y otros especialistas visitaron los pueblos para resolver otros problemas. Una tercera forma de contacto incluyó grupos enteros que visitaban a almacenes de semillas, centros universitarios de investigación o a parcelas de demostración, y a seminarios cortos y sesiones de películas.

RESULTADOS:

El Proyecto de Foros Agrícolas por Radio contribuyó a aumentar el intercambio de información entre los campesinos y los funcionarios de extensión agrícola en ambas direcciones. Los funcionarios reconocieron la importancia de mantener contactos regulares y frecuentes con los campesinos y se mostraron satisfechos con la sensación de continuidad que les daba el programa. Los campesinos, por su parte, tendieron a acudir cada vez más a los funcionarios de extensión una vez que comprendieron que éstos se mantenían diariamente en contacto con sus problemas y sus necesidades. Además, debido a que los mensajes trataban de problemas específicos, los campesinos los podrían recordar. Por lo tanto, los funcionarios encontraron una satisfacción cada

vez mayor en su trabajo. En pocas palabras, se puso en marcha un feliz proceso dinámico que se reforzó a sí mismo.

En términos más generales, el proyecto tuvo éxito en organizar grupos con intereses comunes para resolver problemas que compartían, y asimismo, demostrar la eficacia de la transmisión de mensajes consecuentes a través de distintos medios de comunicación. Demostró a los funcionarios de extensión que el programa era posible y a los campesinos, que era conveniente. Efectivamente, los campesinos de zonas adyacentes al proyecto por radio pidieron información sobre el mismo y solicitaron programas análogos.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- El *Proyecto de Foros Agrícolas por Radio* se combinó armoniosamente con el proyecto patrocinado por la FAO destinado a mejorar la agricultura de regadío de la región noreste de Tailandia. El proyecto, al tratar de conseguir la colaboración conjunta de distintos departamentos gubernamentales (tales como el Ministerio de Comercio, la Oficina del Arroz, etc.) y de

distintos organismos internacionales puede que haya abierto o fortalecido el intercambio de las comunicaciones intra e intergubernamentales.

- En muchos casos, los foros agrícolas se convirtieron en foros donde se trataban otros problemas locales.
- Se obtuvo la ayuda de los jefes de los pueblos para dar legitimidad al proyecto, y los estudiantes de la universidad local y de la Escuela de Agricultura ayudaron a realizar las encuestas en el campo.
- El éxito logrado por el *Proyecto de Foros Agrícolas por Radio* llevó al gobierno de Tailandia a considerar la integración del enfoque de foros por radio en otras actividades. El propio proyecto llevó también al gobierno a evaluar su capacidad para valorar dichas actividades.

REFERENCIAS:

"Summary Report on the Radio Farm Forum Pilot Project", (RB No. 336) Supalak Purnasiri y Robert S. Griffin, UNDP/DSCS, Bangkok, Thailand, noviembre de 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

LA ESCUELA EN EL AIRE

India

BENEFICIARIOS:	Campeños de la India
OBJETIVO:	Transmitir, mediante programas de radio, conocimientos sistemáticos de las ciencias agrícolas a los campesinos radioyentes
MEDIOS DE DIFUSION:	Programas de radio, complementados por correspondencia
DONANTES-PATROCINADORES:	All India Radio
DURACION:	El programa se inició en agosto de 1975 y aún continúa
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Dr. Pradip K. Dey (Director del Proyecto) Farm Radio Officer, All India Radio, Calcutta, India

DESCRIPCION:

En 1975, *All India Radio* formuló una estrategia para resolver el complejo problema de transmitir, en un breve periodo de tiempo, información sobre la agricultura moderna, en forma sistemática, a través de canales que fueran aceptables para la población agrícola rural de Bengala occidental. La estación de radio seleccionó como radioyentes a agricultores alfabetizados que tenían acceso a un aparato de radio a fin de que se beneficiaran de una serie de programas de información sobre las ciencias agrícolas. Su personal pensó que si se proporcionaba a los campesinos radioyentes información sistemática sobre la agricultura, se convertirían en "agricultores multiplicadores" y diseminarian técnicas agrícolas modernas entre los habitantes de los pueblos hasta ahora incapaces de interpretar la compleja información sobre la agricultura moderna, o sin posibilidades de acceso a ella.

Entre fines de 1975 y principios de 1976, la *Escuela en el Aire* para campesinos transmitió seis cursos. Cada curso consistió de cinco lecciones de media hora. El programa de estudio fue planeado con ayuda del Departamento Agrícola del Gobierno Estatal de Bengala Occidental, que también seleccionó a los maestros o instructores de los programas de radio.

Los instructores prepararon las lecciones y las leyeron por radio todos los domingos entre las 7 y las 7:30 de la tarde. El ritmo de la enseñanza fue lento de manera que los agricultores radioyentes tuvieron tiempo para hacer anotaciones sobre los puntos importantes. Durante la transmisión se repetían varias veces los puntos claves así como los números y medidas unitarias. Al fin cada programa, se hicieron preguntas por radio. Antes de que los radioyentes enviaran por correo a la estación las

respuestas a las preguntas formuladas, se contestaban las de aclaración sobre determinados puntos del programa. Los instructores evaluaron todos los trabajos, y al final del año, el radioyente recibió un certificado de reconocimiento junto con sus notas.

RESULTADOS:

Si bien *All India Radio* opina que un gran número de campesinos se han beneficiado del programa de radio, durante el primer "año escolar" sólo 114 participaron activamente en el curso por correspondencia. Estos radioyentes estudiantes fueron objeto de una encuesta al terminar la sesión de capacitación con el fin de conocer sus intereses y expectativas, y sus posibilidades de convertirse en agricultores multiplicadores. La encuesta demostró que la mayoría de los participantes tenían entre 20 y 29 años de edad, tenían una educación a nivel de enseñanza secundaria, y sus ingresos eran de nivel medio. Un 53 por ciento, aproximadamente, estaban íntimamente relacionados con actividades de cultivo, mientras que el 35 por ciento eran estudiantes o maestros. La mayoría de los radioyentes declararon haber escuchado las lecciones en sus propios aparatos de radio, y la mayoría de ellos se sentían estimulados hacia una mayor participación social después de haber escuchado los programas.

Los participantes tomaron en general, un total de tres cursos de los seis ofrecidos durante la sesión de capacitación. La mayoría de los radioyentes estaba principalmente interesados en cursos sobre el cultivo de trigo y de arroz de cosechas de invierno muy cultivados y remunerativos en Bengala occidental. Declararon que

el principal motivo por haber participado en el curso fue el de adquirir mayores conocimientos sobre métodos científicos de agricultura, pero que el deseo de obtener unos mayores beneficios era el motivo que ocupaba el segundo lugar.

Después de que los miembros del Departamento de Agricultura de Bengala occidental analizaron las respuestas de la primera estación, la Escuela en el Aire de 1976-77 se modificó para hacer un mayor hincapié en los temas más populares, y se cambiaron las horas de retransmisión. Los cursos de 1976-77 atrayeron subsiguientemente a un mayor número de participantes activos (155-180, según el curso). De acuerdo con el director del proyecto, la evaluación puso de relieve que los participantes más probables de los futuros cursos de la Escuela en el Aire para campesinos serían los probables líderes agrícolas: —los posibles promotores del proyecto.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- A fin de medir las posibilidades de los radioyentes para convertirse en promotores del proyecto, los investigadores compararon las características socio-personales de los participantes con las de los posibles

líderes agrícolas identificados previamente por los investigadores.

- Los estudios no confirmaron que la información facilitada por los radioyentes alternara las transmisiones futuras, ni que los instructores pidieran directamente a los radioyentes que hicieran partícipes a los campesinos desventajados de la información innovadora transmitida por radio
- Aun cuando, originalmente, los agricultores indicaron que el obtener mayores utilidades era la segunda razón por la que ellos escuchaban las transmisiones por radio, un estudio ulterior demostró que las expectativas de obtener mayores beneficios disminuyeron durante el curso y después del mismo.

REFERENCIAS:

"Agricultural Broadcasting: A Novel Approach in Calcutta," Pradip K. Dey, *Combroad*, No. 34, enero-marzo de 1977.

"Identification of Participants of the School-on-the-Air for Farmers," *Indian Agriculture*, Vol. 20, No. 2, 1976.

Cleavinghouse on Development Communication
Junio de 1977

ASISTENCIA A LA RADIODIFUSION RURAL

Afganistán

BENEFICIARIOS:	Agricultores de las provincias afganas de Wardak, Logar, Kunduz y Herat (17.500 personas aproximadamente)
OBJETIVO:	Mejorar la radiodifusión en zonas rurales para apoyar las actividades de desarrollo rural y ensayar la factibilidad de establecer un sistema de comunicaciones que incluya la radio, las cintas <i>cassettes</i> , y los comentarios formulados por los agricultores en Afganistán
MEDIOS DE DIFUSION:	Radio, grabadoras de cinta <i>cassettes</i> , y comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	La FAO (Organización de Alimentación y Agricultura) de Naciones Unidas; Ministerios de Agricultura y Educación de Afganistán, la FFH/AD de Australia y Radio Afganistán
DURACION:	Iniciado en 1973, ejecutado en 1976. La Fase I terminó en 1977, la Fase II se encuentra pendiente
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Trevor L. Stockley, Rural Broadcasting Specialist, Ministry of Agriculture, Kabul, Afganistán; Abdullah Naik, General President of the Extension Department, Ministry of Agriculture, Kabul, Afganistán; S.Y. Wasiq, Director, Radio Afganistán, Kabul, Afganistán; y Fazel Rahim, Deputy Minister for Agriculture, Kabul, Afganistán

DESCRIPCION:

El *Proyecto de Asistencia a la Radiodifusión Rural* se formuló en 1973 después de reuniones entre funcionarios gubernamentales con el Jefe de la División de Comunicaciones de Apoyo para el Desarrollo de la FAO. Se diseñó el proyecto para reflejar el deseo del gobierno afgano de mantener informados a los agricultores sobre las mejoras en las técnicas de producción agropecuaria y sobre la existencia y disponibilidad de crédito, medios equitativos de distribución de aguas para riego y la posibilidad de formar cooperativas agropecuarias. En 1976, una vez resueltos los problemas políticos y logísticos, el proyecto adquirió una segunda dimensión: un sistema de comunicaciones para apoyar el programa de reforma agraria nacional que se estaba llevando a cabo.

Abandonando los planes iniciales para establecer y luego comprobar la factibilidad de un foro rural por radio en Afganistán, los directores del proyecto decidieron que un sistema de comunicaciones que incluyera la radio, las cintas grabadas en *cassettes* y los comentarios de los agricultores serviría mejor para satisfacer las necesidades locales que un foro por radio convencional. Consecuentemente, se compraron grabadoras de cinta y cien cintas, y se efectuó una encuesta para determinar la clase de información que los agricultores necesitaban y podían utilizar (y que los funcionarios del proyecto podían suministrar). En diciembre de 1976, se distribuyeron en dos provincias las cintas producidas en base a los resultados de la encuesta.

El componente radial en el sistema de comunicaciones ya estaba bien establecido en el área del proyecto cuando éste comenzó. En la zona rural de Afganistán hay muchos campesinos que tienen radio, y el Departamento de Extensión y Desarrollo del Ministerio de Agricultura ha contribuido veinte minutos de programación en la transmisión vespertina diaria de "Pueblo, Hogar y Agricultura". Sin embargo, los productores y los oyentes no estaban satisfechos con la calidad y el contenido de los programas. A fin de mejorar la efectividad del programa, se contrató un consultor extranjero en la Unidad de Radio del Directorio General de Información y Publicación del Departamento de Extensión y Desarrollo a fin de proporcionar capacitación en servicio durante un año a siete miembros del personal. Al mismo tiempo, se compraron más equipos de grabación y un vehículo para el personal para ser usado en los viajes al campo y para la recolección de retroalimentación de los agricultores.

Se seleccionaron 56 agentes de ocho de las unidades de extensión para que participaran en el proyecto. Después de instruirles y de darles radios, estos agentes realizaron 16 reuniones que sirvieron como una encuesta preliminar del proyecto e hicieron visitas a los pueblos los días miércoles (día en que se difundía el programa "Pueblo, Hogar y Agricultura") a fin de despertar el interés en los programas de radio, distribuir *cassettes* (en Wardak y Logar únicamente) y de obtener las

solicitudes, críticas, preguntas y comentarios de los agricultores.

Al reflejar sobre los beneficios y las dificultades confrontados por los funcionarios del proyecto, los planes tentativos para la extensión del proyecto después de la fase piloto especifican que la combinación de la radio, las grabadoras de cintas y los agentes de extensión debe mantenerse, que se contraten los servicios de una persona a tiempo completo para atender los aspectos técnicos y de mantenimiento, que el personal de la Unidad de Radio esté versado en las labores de la agricultura o de extensión, que se añadan tiras de películas fijas a los diversos medios de difusión, y que se dedique más tiempo en el futuro a la medición de la tasa de aceptación de las técnicas mejoradas por parte de los agricultores.

RESULTADOS:

Los agentes de extensión mantuvieron registros que demostraron que 3.883 de los aproximadamente 17.500 agricultores en el área meta habían escuchado por lo menos una cinta — resultado confirmado por una extrapolación de la cifra (22,5%) obtenida mediante el estudio de evaluación. En contraste, dos de cada tres agricultores en el área habían escuchado los programas sobre la reforma agraria nacional, y cuatro de cada cinco de los que habían escuchado el mensaje consideraron que sus preguntas habían sido contestadas de manera satisfactoria.

Además de la exposición a los mensajes y a los medios de difusión se estudiaron: el aumento de los conocimientos, la correlación de los contactos (con cintas y agentes de extensión) con los hábitos del oyente, la relación entre los aspectos específicos del mensaje y la posibilidad de que los oyentes actuarían en base a los mismos, la relación entre la tendencia de hacer comentarios por parte de los oyentes y la tendencia de tomar acción basada en información recientemente adquirida, y la relación entre la oportunidad con que se transmitía el mensaje y la adopción de los consejos.

Como era de esperar, resultó más fácil estimar la disseminación de las ideas que la disseminación de las técnicas mejoradas de la agricultura. Además, se hizo muy poco para medir los cambios en las técnicas agrícolas ya que los recursos del proyecto eran limitados. La investigación indicó sin embargo, que los agricultores en el experimento habían adquirido información que consideraban de utilidad, que tendían a creer más en la información obtenida de las cintas grabadas (en contraste a la información pasada de un agricultor a otro) a medida que se familiarizaban más con este medio de comunicación, y señalaron casi en forma unánime que el programa "Pueblo, Hogar y Agricultura" había mejorado de manera marcada durante el año del experimento. El estudio de evaluación también demostró que la mitad de los agricultores que habían escuchado las cintas escuchaban la radiodifusión de manera regular, comparados con tres de cada diez que no habían escuchado las cintas. Con respecto de la hipótesis de que es más probable que se ensaye una técnica recomendada cuando atienda las necesidades

locales de manera más específica, ésta resultó verdadera únicamente en cada tres de las cinco variables probadas.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- El estudio previo a la radiodifusión reveló que los agricultores tenían la tendencia a interesarse en temas de orden estacional, local, y en aquellos relacionados con las decisiones que tienen que tomar. Específicamente, las *cassettes* contenían información sobre el control de la cizaña vivaz o ballico perenne en el trigo, la roya y tizón del trigo, el podado de los árboles frutales, y el control de los ratones.
- Los viajes al campo relacionados con el proyecto eran más que giras rápidas. Algunos duraron hasta 25 días.
- La investigación posterior al proyecto indica que la receptividad de los programas y de mensajes grabados no tenía relación alguna con la edad del agricultor y que su nivel de educación estaba correlacionado con la voluntad de ensayar las técnicas nuevas en relación con sólo una de cada cinco variables medidas.
- Los consultores empleados por la FAO encargados de la capacitación en servicio de los miembros de la Unidad de Radio prepararon un manual de capacitación "Notas sobre la Comunicación por medio de la Radio" además de un glosario de terminología técnica.
- Se escogieron Wardak y Logar como sitios para el experimento con cintas *cassettes* porque los programas de extensión agrícola de ambos lugares ya se encontraban en plena actividad, porque los agricultores y dirigentes de los pueblos estaban dispuestos a participar en el proyecto y las autoridades locales habían prometido su cooperación; porque se estaban llevando a cabo otros proyectos de desarrollo y porque podían identificarse los grupos de control para propósitos experimentales, y porque las carreteras eran suficientemente buenas como para permitir el acceso durante todo el año a los vehículos de tracción a 4 ruedas.

REFERENCIAS:

"Assistance to Rural Broadcasting — Afghanistan, Terminal Report," TF.AF6.10(FH) Trevor L. Stockley, FAO, Roma, julio de 1977.

"Development Communication in the Provinces of Wardak, Logar, Kunduz y Herat," Proyecto, FAO, Roma, octubre de 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1978

(Aunque el procedimiento normal del *Clearinghouse* consiste en pedir a las personas íntimamente relacionadas con los proyectos descritos en esta serie que revisen el borrador de los *Perfiles*, en este caso resultaron infructuosos los esfuerzos realizados para obtener tales comentarios antes de la fecha límite para su publicación.)

RADIO EDUCATIVE/PROYECTO PILOTO EN MEDIOS DE COMUNICACION PARA LA EDUCACION DE ADULTOS

Senegal

BENEFICIARIOS:	Agricultores, ganaderos, pescadores, etc., de Senegal (dos millones de personas aproximadamente)
OBJETIVO:	Dotar a los productores de alimentos de la información práctica y la oportunidad de expresar sus opiniones de manera sistemática y eficaz; proporcionarles capacitación técnica
MEDIOS DE DIFUSION:	Radio, correspondencia, películas y comunicación inter-personal
DONANTES-PATROCINADORES:	El Gobierno de Senegal (único auspiciador desde 1973) y UNESCO (hasta 1973) con asistencia técnica de los Gobiernos de Canadá y Francia en las etapas preliminares
DURACION:	Comenzó en 1968, continúa aún.
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Boubacar Sock, EARO UNICEF, P.O. Box 44, 114 Nairobi, Kenya; Henry R. Cassirer, Les Moulins, 74290 Menthon St. Bernard, Francia; y Radio Educative, Office de Radio/Télévision du Sénégal (ORTS) B.P. 1765, Dakar, Senegal

DESCRIPCION:

Senegal fue el único país africano en aceptar el ofrecimiento hecho por la UNESCO a principios de la década de 1960 para establecer "un centro piloto para la producción y ensayo de materiales y equipo audiovisual para la educación de adultos" en Africa. El proyecto que surgió como consecuencia de esto ha tenido dos dimensiones: *Radio Educative Rurale* (ahora llamado sencillamente *Radio Educative*) y un componente de televisión de cinco años de duración (que concluyó en 1969). Las transmisiones por televisión, 121 programas en su totalidad, fueron dirigidos a 250 mujeres en Dakar y fueron de carácter estrictamente experimental. En cambio, las radiodifusiones, que originalmente debían cubrir un público potencial de 800.000 personas (la población agrícola en tres regiones administrativas de habla Wolof, abarcada por los programas piloto) y luego llegaron a tener cobertura nacional. Los objetivos principales del proyecto eran de ensayar el aprovechamiento de los medios modernos de comunicación en el contexto de la educación para adultos en Africa, crear un centro de demostración para su posible aprovechamiento por otros países en vías de desarrollo, capacitar a la población local para que se convirtieran en técnicos y productores, y ayudar a restaurar en el pueblo común el sentido del poder personal que había sufrido la erosión ocasionada por décadas de colonialismo.

La complejidad de este mandato y los numerosos obstáculos administrativos dentro de la burocracia senegalesa, en conjunto, no permitieron que el componente de radio comenzara a funcionar sino hasta 1968,

cuando el Presidente Senghor intervino personalmente. Al pedir una reorganización y la cooperación por parte del gobierno, Senghor proporcionó el ingrediente que faltaba, una dirección cabal. Bajo su tutela, *Radio Educative* llegó a ser un medio informativo, un agente de cambios, y sirvió de perro guardián para el gobierno.

Según el diseño del proyecto que se aprobó finalmente se establecieron 57 grupos de radio oyentes en las provincias piloto de Thies y Diourbel en el Sine Saloum. La programación debía enfocar temas de interés local urgente, es decir, la producción y comercialización de mani, la respuesta de las agencias gubernamentales a las necesidades de los agricultores campesinos, la manera en que se incurrian y pagaban las deudas en las comunidades, y otros problemas críticos de índole social y de salud. Los grupos fueron dirigidos por miembros del personal regional del departamento de "Animation Rurale" (que desde entonces se ha unificado con otros departamentos gubernamentales) o por animadores que se reclutaron como voluntarios en el pueblo, y cada uno de los cuales recibió un curso de capacitación de tres días de duración en dinámica de grupo. El tercer elemento de este sistema de comunicación, la información de retroalimentación recibida de los agricultores, se logró mediante grabaciones realizadas en el campo, y cartas. Los miembros de los grupos de oyentes dictaban las cartas, que eran redactadas por miembros que sabían leer y escribir, y dichas cartas iban dirigidas a funcionarios gubernamentales o al presidente mismo. En estas cartas los campesinos expresaban sus quejas,

daban a conocer los casos de ineptitud por parte del gobierno, y criticaban al gobierno por apoyar políticas injustas o no visionarias todo esto lo hacían sin temor alguno a la censura y con la intención de hacerse escuchar.

RESULTADOS:

El indicador más significativo del impacto inicial producido por *Radio Educativa* es sin duda su efecto en la política nacional. Como resultado directo del "Diálogo radial" comenzado en 1968, las oficinas gubernamentales recibieron una verdadera avalancha de cartas, que eventualmente llevó al Presidente Senghor a estandarizar el precio pagado a los productores de maní (un beneficio de los productores de áreas remotas, que antes habían sido discriminados en el comercio) y de anular en 1970 las deudas contraídas por los campesinos en la compra de semillas, equipos y suministros agrícolas.

Un segundo indicador del valor de *Radio Educativa* fue su expansión y su continuación. *Radio Educativa* ha estado funcionando sin la ayuda extranjera desde 1973. Aunque algunos observadores opinan que el aumento en el número de personas que participan en los grupos de oyentes no concuerda con el crecimiento de números de oyentes individuales y que por lo tanto no se está logrando la meta de las transmisiones de promover la participación de la comunidad, la reacción global ha sido excelente en la opinión de todos. Más de 500 pueblos han enviado miles de cartas, y la *malaise paysan*, el descontento de los campesinos, está mostrando señales de debilitación en vista de los incentivos ofrecidos por la acción y la participación.

A medida que ha pasado el tiempo los oyentes de radio se han ido dispersando, los grupos de oyentes se han transformado en radio oyentes individuales. Las razones por este cambio incluyen la desaparición de la actividad de *Animation Rurale*; la falta de personal y transporte de *Radio Educativa*, y el gran aumento de radios transistores baratos. Esta tendencia, sin embargo, no ha reducido el impacto del proyecto, ni el énfasis dado a las respuestas de parte de los oyentes.

ASPECTOS QUE MERECE DESTACARSE:

- Como cualquier persona que entiende el idioma Wolof puede escuchar los programas de *Radio Educativa*, el público real siempre ha excedido el público meta. Además, se están preparando programas en los idiomas Peul, Malinke y otros.
- Aproximadamente el 70 por ciento de los programas de *Radio Educativa* fueron grabados fuera de los estudios.

- Al efectuar la transmisión en el idioma Wolof, idioma que hablan mucho de los campesinos senegaleses, se presentaron problemas especiales para los moderadores menos astutos en un grupo de oyentes, ya que el idioma Wolof tiene una especialidad: una clave para transmitir mensajes únicamente para las personas "iniciadas".
- Se usaron tres conceptos Wolof para interpretar las declaraciones de los campesinos: "TAWAT" (quejas), "DIGUAT" (disputas), y "THIOW" (protestar en caso de un problema).
- Algunos empleados del gobierno se han quejado de *Radio Educativa*, reclamando que los campesinos no necesitan escribir a las autoridades, cuando los representantes de las mismas están dispuestos a escucharlos, y que es una falta de respeto y resulta contraproducente imputar la jerarquía administrativa existente.
- En una conferencia de comunicación Pan-Africana realizada en Dakar en 1977, el presidente Senghor de Senegal dijo que "la *Radio Educativa* debería en primer lugar ayudar a los campesinos a cultivar los valores Africanos más auténticos —la cortesía, el amor al trabajo, y un sentido de solidaridad— y debería inculcarles al mismo tiempo un sentido de frugalidad, organización y metodología, cualidades más bien europeas".
- En los primeros años del proyecto, algunos senegaleses lo consideraban como un laboratorio de comunicaciones de la UNESCO, mientras que los funcionarios de la UNESCO lo consideraban como una empresa conjunta de beneficio mutuo tanto para los investigadores de la UNESCO como para el pueblo de Senegal.

REFERENCIAS:

- "Radio in an African Country: A Description of Senegal's Pilot Project", Henry R. Cassirer, en *Radio for Education and Development: Case Studies*, Vol. II, World Bank Staff Working Paper No. 266, mayo de 1977.
- "Communication and Rural Development", Juan E. Diaz Bordenave, UNESCO, Paris, 1977
- "Senegalese Experience in Using Radio Broadcasting for Animating and Educating Basic Communities with a View to Development", Boubacar Sock, una presentación en la Conferencia sobre Aprendizaje a larga distancia de la IEC, Dartington, Inglaterra, setiembre de 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1978

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE TANQUES DE INMERSION PARA GANADO EN KIPSIGIS

Kenia

BENEFICIARIOS:	Productores de ganado lechero Maneret cerca de Sotik y Kipsigis (unos 200 en total)
OBJETIVO:	El aprovechamiento de los pequeños medios de comunicación para proporcionar información educativa y motivación a los ganaderos en relación con el programa de erradicación de la garrapata
MEDIOS DE DIFUSION:	Grabadores de cintas en <i>cassettes</i> , afiches, fotonovelas, fotografías, películas, materiales impresos y comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	El Cuerpo de Paz de los Estados Unidos; el Gobierno de Kenia
DURACION:	Iniciado en 1970; continúa aún
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Bruce E. y Alisa K.A. Lundeen, Arusha Appropriate Technology Project, P.O. Box 769, Arusha, Tanzania; Joseph Kenyua, Cattle-Dip Supervisor, Sotik, Kenya

DESCRIPCION:

El Cuerpo de Paz comenzó el Programa de Administración de Tanques de Inmersión para Ganado en Kipsigis en 1970, a fin de atacar el problema causado por las enfermedades ganaderas fatales causadas por garrapatas, de tan amplia diseminación en Kenia. Posteriormente se revisó y se amplió el componente de educación para adultos del proyecto cuando se notó que el proyecto no marchaba bien. Se necesitaban más actividades instructivas, porque muchos de los ganaderos locales no entendían la manera en que el baño de inmersión para el ganado podía controlar las garrapatas o por qué los baños no resultaban si no se daban regularmente. En realidad, algunos ganaderos no inmersaban a su ganado, algunos bañaban unas pocas cabezas, y otros bañaban únicamente a su ganado de mejor calidad, dejando que su ganado indígena o cebú fuera atacado por las garrapatas. Al mismo tiempo, no se mantenían de manera apropiada los tanques de inmersión, y la administración de la Cooperativa de Kipsigis no obtenía soluciones químicas en cantidad suficiente para mantener la concentración requerida en los baños.

Las conversaciones con los ganaderos y trabajadores veterinarios locales confirmaron la suposición de que los ganaderos no comprendían que la inmersión del ganado controlaba la garrapata. También reveló que los ganaderos que entendían el programa se mostraban renuentes a pagar los costos de la inmersión si la solución química no era de la concentración necesaria para ser efectiva. Si bien los agentes de extensión de servicios veterinarios han tratado de remediar estos

problemas, consultando con grupos de ganaderos y los administradores de la Cooperativa, su falta de experiencia con los medios de educación no convencional para adultos, los prepara apenas para regañar a los ganaderos que no cooperaban con el programa.

A fin de llenar este vacío informativo, dos voluntarios del Cuerpo de Paz trabajaron con los agentes de extensión a fin de preparar manuales con fotografías (con leyendas en Swahili y una narración grabada en el idioma local), modelos de demostración tridimensionales, y otras ayudas audiovisuales para ser usadas en las instalaciones de los tanques de inmersión en las reuniones de ganaderos y en las reuniones del Comité de la Cooperativa.

Se tuvo especial cuidado de que todas estas actividades de enseñanza incluyeran a los *Wazee* (o "venerables ancianos"). Se pide a estos ancianos que describan las prácticas ganaderas de antaño, y sus cuentos estimulan a los demás a reflexionar sobre los cambios (tales como la introducción de animales de raza) y sus efectos. Todos los ganaderos de los grupos pueden formular y contestar preguntas y compartir así la información. Las personas que proporcionan los recursos también participan en las discusiones, pero tratan de demorar la introducción de informaciones nuevas hasta que la gente de la localidad esté preparada y pueda utilizarla.

Aparte de las reuniones, el medio de comunicación primordial es la grabadora de cinta *cassettes*. El uso de la grabadora permite a los trabajadores del proyecto obtener las reacciones de los ganaderos ante las

actividades educativas, compartir las discusiones grabadas durante las reuniones con los ganaderos que no pueden asistir, y grabar información histórica sobre la agricultura en forma verbal.

RESULTADOS:

Por medio de la discusión, se pudieron buscar soluciones que incorporaban los conocimientos de la comunidad y las informaciones nuevas para las necesidades y problemas de los ganaderos.

La administración de los tanques de inmersión llegó a ser más eficiente, se enfatizó la mantención de una concentración química adecuada en los tanques de inmersión, se ideó y se puso en práctica un mejor sistema de registro y se realizaron las reparaciones necesarias en los tanques de inmersión. Muchos de los ganaderos comenzaron a bañar a su ganado de manera regular, además de adoptar otras prácticas para la mejora de la ganadería. Como resultado de estos cambios, los registros veterinarios muestran que las causas de muerte de ganado debido a enfermedades causadas por garrapatas disminuyeron sustancialmente una vez que se puso en marcha el programa de comunicación del proyecto.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE

- Se celebraron Dias de Campo dedicados a la educación en la zona de Sotik, comenzando en 1970. Estos eventos dieron a los ganaderos la oportunidad de aprender más acerca de las enfermedades de su ganado y sobre las prácticas agropecuarias.
- A fin de ilustrar la idea de que una solución de menor concentración no mata a las garrapatas, los trabajadores del proyecto realizaron una demostración sencilla usando únicamente un tubo de ensayo, un líquido de color, y vacas de juguete.
- Los registros escritos llevados como parte del proyecto muestran los ganaderos que han bañado a su ganado en una determinada semana, además del número de cabezas bañadas por cada uno. Estos registros, junto con calendarios, han ayudado de manera especial a los ganaderos analfabetos. Ambos registros demuestran la importancia de un programa preciso y de una planificación eficaz.

- Los problemas del idioma y las dificultades de producción han limitado la efectividad del aprovechamiento de películas de 16 mm para este proyecto.
- Las ayudas audio-visuales preparadas en conjunción con el Programa de Inmersión de Ganado de Kipsigis, refleja los resultados obtenidos por Andreas Fuglesang, de que las fotografías en blanco y negro de las cuales se han eliminado los detalles insignificantes, a menudo son más eficaces para transmitir información a personas analfabetas que siluetas, dibujos, o fotografías no retocadas.
- Las diapositivas se muestran de día y en el campo, en marcos plásticos, de modo que no se requieren proyectores ni salas oscuras para este programa.
- Los estudiantes de escuelas secundarias de Kipsigis escuchan las cintas grabadas y leen las fotocomposiciones preparadas para los ganaderos de Manaret. De esta manera se mantiene el contacto entre los dos grupos de edades y ambientes sociales diferentes.

REFERENCIAS:

"The Potential of Locally Produced Materials and Small Media in Community Development," Bruce E. Lundeen y Alisa K.A. Lundeen, documento inédito, diciembre de 1977.

"Kipsigis Homesteads," Bruce E. Lundeen y Alisa K.A. Lundeen, fotocomposición inédita, sin fecha.

"Village-Made Educational Materials: Three Experiments That Worked," Bruce y Alisa Lundeen, *Development Communication Report*, No. 23, Clearinghouse on Development Communication, julio de 1978.

Clearinghouse on Development Communication
Julio de 1978

(Aunque el procedimiento normal del Clearinghouse consiste en pedir a las personas íntimamente relacionadas con los proyectos descritos en esta serie que revisen el borrador de los *Perfiles*, en este caso resultaron infructuosos los esfuerzos realizados para obtener tales comentarios antes de la fecha límite para su publicación.)

MASAGANA 99

Filipinas

BENEFICIARIOS:	Arroceros de 59 provincias Filipinas (aproximadamente 900.000 agricultores, según las estimaciones oficiales)
OBJETIVO:	Aumentar la producción de arroz, mediante créditos, préstamos, insumos agrícolas e información oportuna sobre conceptos y prácticas agrícolas a los agricultores
MEDIOS DE DIFUSION:	Radio, historietas cómicas, folletos, panfletos, boletines, revistas en vernáculo, periódicos, afiches, televisión y comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	El Consejo Nacional de Agricultura y de Alimentos de las Filipinas (una organización compuesta por 17 agencias gubernamentales y bancos de las Filipinas); la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, y el Instituto Internacional de Investigación del Arroz
DURACION:	El proyecto piloto y las investigaciones se llevaron a cabo entre 1971 y 1973; la fase de ejecución comenzó en 1973, continúa aún
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Dr. Arturo Tanco, Secretary of Agriculture, Quezon City, Philippines; Domingo F. Panganiban, Director, National Food and Agriculture Council, Quezon City, Philippines; J.D. Drilon, Jr., Director, Southeast Asian Regional Center for Graduate Study and Research in Agriculture, U.P. at Los Baños College, Laguna, Philippines; Kenneth F. Smith, OHP USAID KOREA, c/o U.S. Embassy, Seoul, APO S.F. CA 96301, U.S.A.

DESCRIPCION:

El Presidente Ferdinand Marcos inauguró el proyecto *Masagana 99* en mayo de 1973 con una ceremonia televisada en todo el país. Llamando al proyecto "un programa de supervivencia" después de las inundaciones regionales de 1972 y la sequía nacional de 1972/3, Marcos instó a la nación a colaborar en un programa de cultivo de arroz que se consideró como una solución a la baja en la producción que amenazaba liquidar las divisas extranjeras y causar otros trastornos económicos. La nota de urgencia reflejaba el hecho de que se había estimado que la escasez de arroz ese año ascendería a 7000.000 toneladas. En términos del número de agricultores participantes, el grado de colaboración entre el gobierno y el sector privado, el alcance geográfico, el uso de los medios de comunicación para las masas, la dependencia de los agentes de extensión capacitados, la diseminación de las nuevas tecnologías de cultivo del arroz, y los aumentos en la productividad, el proyecto anunciado por Marcos era el más extenso e importante en toda la historia de la nación. *Masagana 99* contenía 11 elementos. Estos incluían (1) un conjunto de tecnologías basados en investigaciones; (2) un proyecto para la producción y distribución de semillas; (3) un sistema de adjudicación y distribución de fertilizantes; (4) una campaña para el

control de plagas y enfermedades de las plantas; (5) un programa de crédito; (6) un programa para la distribución de bombas de riego; y otras medidas para mejorar los sistemas de riego; (7) un programa para aumentar el número y el alcance de los agentes agrícolas móviles; (8) una campaña de comunicación creada para diseminar la información y educar al público sobre conceptos y prácticas agrícolas, y (9) un sistema de subsidios junto con programas de adquisición y almacenamiento de granos. Los últimos dos: el elemento administrativo y el que serviría de enlace entre sectores, están enfocados hacia áreas-meta cuidadosamente definidas y a cargo de una unidad administrativa encargada de la planificación, ejecución y supervisión del programa global.

La radio representa el componente principal de los medios de comunicación del proyecto *Masagana 99*. Su aprovechamiento refleja los resultados de investigaciones realizadas que indican que la radio llega a un 85 por ciento de la población y que tres de cada cuatro agricultores filipinos tienen una radio transistor. Más de 224 estaciones de radio transmiten consejos, propaganda y comedias sobre agricultura diez veces por día, mientras que 125 estaciones ofrecen más de 50 programas locales de agricultura. Los medios suplementarios incluyen historietas cómicas instructivas, folletos y

boletines en los ocho dialectos principales del país, periódicos (que voluntariamente dedican mucho espacio para noticias sobre el proyecto) y afiches instructivos promocionales. El papel de la televisión ha sido limitado y consiste principalmente en la cobertura de la ceremonia inaugural del proyecto y de algunas actividades en el campo.

Los locutores de radio para programas agrícolas de este proyecto realizan otras actividades además de tocar discos. Actúan como funcionarios de información en los Comités de Acción Provincial (las unidades básicas de administración del proyecto), responden a preguntas de los oyentes, graban entrevistas tanto con los suministradores como con los usuarios de la información, realizan investigaciones relacionadas con los programas, y asisten a actividades de la comunidad relacionadas con la producción de alimentos. Además, mantienen un control de las transmisiones diarias, se reúnen semanalmente con las autoridades provinciales de radiodifusión para planificar y revisar la programación, y se mantienen al día sobre las actividades informativas y educativas de todos los organismos de desarrollo agrícola y rural.

En 1977, el proyecto *Masagana 99* enfatizó el logro de una mayor productividad, y la participación de un mayor número de familias campesinas. Desde entonces, el proyecto se conoce con el nombre de *Masagana 99 + 10*.

RESULTADOS:

A pesar de los problemas de transporte, las inclemencias del tiempo, las trabas en la distribución y la infestación de plagas, la productividad del arroz en el área de *Masagana 99* ha aumentado de manera dramática —un 28 por ciento entre 1973 y 1974, un por ciento en 1975, y otro 10 por ciento en 1976. En 1974-75, por ejemplo, la productividad alcanzó un promedio de 3.3 toneladas por hectárea en el área del proyecto y 0.77 toneladas en las áreas no abarcadas por el proyecto. Tal como se pudo anticipar, los grandes incrementos en la producción inicial en el área del proyecto aumentaron de manera significativa los ingresos brutos de los campesinos. Por ejemplo, al finalizar el primer año del programa, según uno de los estudios, los agricultores de tres provincias participantes (en la que la tenencia de la tierra era de un poco más de dos hectáreas por individuo) obtuvieron un aumento de ingresos de 118 por ciento. Desde 1976, la cosecha total ha aumentado constantemente, y a fines de 1977 las Filipinas exportaron 25.000 toneladas métricas de arroz a Malasia y Vietnam. Se espera que las exportaciones totales de arroz, incluyendo las cosechas de 1977 y 1978 alcancen un total de 149.000 toneladas métricas. El problema del pago de la deuda, uno de los principales problemas del programa, es menos grave, pero el número de agricultores participantes ha bajado a 249.000 y la inflación y los aumentos en los costos de los insumos agrícolas han cancelado algunas de las ganancias obtenidas por la mayoría de los participantes.

El impacto de los medios de comunicación y de los mensajes usados en *Masagana 99* no han sido evaluados

aparte del impacto global del proyecto en los totales de producción y mayores ingresos.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- La palabra *masagana* significa cosecha fecunda, y el número 99 del título del proyecto se refiere a la productividad meta de 99 cavanes (1 cavan equivale a 44 kilos al comienzo del programa pero se ha ajustado a 50 kilos).
- La investigación básica relacionada a este proyecto fue realizada por el Instituto Internacional de Investigaciones del Arroz, la Universidad de Filipinas en Los Baños, y la Oficina Fitoindustrial de las Filipinas. La fase piloto fue realizada por el Consejo Nacional de Agricultura y Alimentos del Departamento de Agricultura y Recursos Naturales, cuyos esfuerzos fueron apoyados por la Oficina de Extensión Agrícola, el IRRI, el BPI y la Agencia para el Desarrollo Internacional de Estados Unidos.
- El Sistema de Información Administrativa preparado en conjunción con el proyecto *Masagana 99* fue diseñado para ayudar a los administradores del proyecto a resolver diversos problemas administrativos que típicamente aquejan a los proyectos agrícolas: la debilidad en los eslabones de la cadena entre las fuentes de información y los que toman decisiones, dificultades asociadas con la distinción entre los factores causales que afectan la producción y los factores incidentales, y problemas que tienen que ver con la validez y confiabilidad de la información obtenida de diversas fuentes. El Sistema de Información Administrativa adoptado incluye datos básicos, indicadores estándar sobre los datos, datos "lineales" directos del campo, encuestas regulares de muestras, procedimientos establecidos para el análisis de datos, retroalimentación y evaluación de la información, estimaciones operativas cuidadosamente descritas, y otros medios analíticos para la toma de decisiones.
- El personal de campo actúa bajo la dirección del Funcionario de Programación Provincial, quien resume los comentarios y los envía por radio y luego por correo al Personal del Comité Administrativo.
- La adquisición de bienes de consumo tales como cocinas, refrigeradores y motocicletas por parte de las familias campesinas que participan en el proyecto *Masagana 99* ha aumentado de manera tan dramática, que en algunas áreas la nueva variedad de arroz a veces es llamada "Arroz Honda".

REFERENCIAS:

"*Masagana 99*. An Integrated Production Drive in the Philippines," J.D. Drilon, Jr., trabajo presentado en el Seminario sobre Aceleración del Desarrollo Agrícola y Prosperidad Rural, Universidad de Reading, setiembre de 1976.

"An Agricultural Management Information System: Lessons from *Masagana 99*," Kenneth F. Smith, PASITAM Design Notes, No. 7, mayo de 1976.

"A Communication Behavior Study of Small Rice Farmers: Diffusion and Feedback in the *Masagana 99* Rice Production Program in the Philippines." Hernando V. Gonzalez II, tesis inédita, Universidad de Hawaii, diciembre de 1977.

"*Masagana 99*. A Renaissance in Agricultural Communication." Vicente C. de Jesús, trabajo presentado en el Tercer Taller de Investigaciones de Medios de Comunicación en el Consejo Filipino de Investigación Agrícola, Davao City, agosto de 1975.

"*Masagana 99* Program: Farmers', Technicians' and Credit Agencies' Viewpoints." Eusebio P. Mariano, trabajo presentado en la Primera Conferencia de Política Agrícola para Estudios de Política y Desarrollo, Universidad de Filipinas en Los Baños, abril de 1975.

Clearinghouse on Development Communication
Octubre de 1978.

ACCION CULTURAL POPULAR (ACPO)

Colombia



BENEFICIARIOS:	Campeños colombianos
OBJETIVO:	Proporcionar educación básica a los agricultores de subsistencia
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio, materiales impresos, comunicación interpersonal (complementado con diapositivas y películas)
DONANTES-PATROCINADORES:	ACPO es un proyecto prácticamente autosuficiente; un 7 por ciento de sus ingresos provienen de fuentes gubernamentales; otras aportaciones de capital o de asistencia técnica se han obtenido de la Family Planning International Assistance y de World Education
DURACION:	El proyecto fue fundado en 1947 y continúa aún
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Monseñor José Joaquín Salcedo, Acción Cultural Popular, Apdo. Aéreo 7170, Nal. 3262, Calle 20 No. 9-45, Bogotá, Colombia

DESCRIPCION:

Acción Cultural Popular comenzó en 1947 como obra de un sacerdote católico de 25 años de edad, José Joaquín Salcedo. El programa ACPO, constituyó un intento de utilizar la radio para proporcionar a los agricultores de subsistencia los conocimientos básicos para su desarrollo personal y para el desarrollo comunitario. Comenzó a efectuar las transmisiones, inicialmente desde una sola estación de radio en Sutatenza.

Lo que anteriormente era sólo un experimento se ha convertido en una institución. *Acción Cultural Popular* transmite ahora cursos de educación básica en alfabetización, aritmética, salud, construcción, higiene, economía y desarrollo personal. Mantiene un programa de capacitación destinado a preparar a su propio personal de 900 empleados en la labor de desarrollo y comunicaciones; patrocina un servicio por correspondencia; publica un periódico semanal y opera una imprenta; ofrece breves cursillos de divulgación de interés inmediato o local; vende cientos de miles de libros anualmente a los campesinos al costo de producción; y desarrolla nuevas ayudas audiovisuales y nuevos planes de estudio sobre una base continua. Actualmente, ACPO participa también en una campaña de autoevaluación y de planificación familiar que han titulado "paternidad responsable".

El núcleo de ACPO, la escuela por radio, abarca a 22.000 grupos de estudio. Los grupos de Radio Sutatenza son organizados por campesinos locales los cuales programan reuniones, mantienen los archivos, dirigen las discusiones y asesoran a otros miembros de grupos. Las divisiones docentes utilizan seis libros a costo reducido que constituyen un registro permanente de los mensajes transmitidos por radio. Estos textos simples

ayudan a los estudiantes a adquirir el lenguaje básico y las matemáticas elementales y a presentar información práctica relacionada con su desarrollo.

RESULTADOS:

Una evaluación interna realizada por ACPO en 1976 demostró que un 23 por ciento de los campesinos entrevistados en cinco comunidades representativas participaron en la escuela por radio; que los campesinos a quienes llegó Radio Sutatenza la prefieren a cualquier otra emisora y que el número de mejoras en la comunidad en muchas áreas tenía relación con el número de participantes en la escuela por radio. También demostró que, entre otras cosas, más radioyentes finalizaban los cursos básicos que los que recibían certificados.

Sin embargo, los indicadores más elocuentes del éxito de ACPO son sus 30 años de vida, su independencia financiera y su crecimiento. Radio Sutatenza llega ahora a 140.000 campesinos que escriben anualmente entre 75.000 y 80.000 cartas y piden información a la estación. Más de 11.000 organizadores comunitarios han pasado por los institutos y vuelto a sus hogares para combatir la pobreza, la enfermedad, la erosión, el desenfrenado crecimiento demográfico, las condiciones deficientes de saneamiento y el analfabetismo. Además por lo menos más de quince países de habla hispana han tomado como modelo estos programas de educación por radio siguiendo el prototipo colombiano.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- En las zonas rurales de Colombia, la circulación de *El*

Campesino (70.000 aproximadamente) es mayor que la de cualquier otro periódico.

- *El Campesino* contiene regularmente secciones especiales independientes sobre planificación familiar y educación. Estas secciones pueden sacarse del periódico y colgarse como carteles o doblarse para formar pequeños folletos.
- Libros sencillos de entender de la Biblioteca del Campesino para los recién alfabetizados cuestan a los agricultores unos 13 centavos de dólar cada uno. Desde 1963, se han introducido en los hogares rurales más de un millón de ejemplares (el más popular de ellos es el que lleva por título *La Madre y el Niño*).
- El servicio de correspondencia de ACPO, por medio de su plantel de 20 empleados, contesta unas 200 cartas diarias. Este servicio proporciona a los radioyentes oportunidades para formular preguntas sobre las transmisiones y para practicar sus conocimientos. También permite a los directores de ACPO obtener una valiosa información sobre los oyentes.

- ACPO se mantiene por su cuenta compartiendo su emisora de radio, su estudio de grabaciones y su división de imprenta con entidades comerciales.

REFERENCIAS:

"Family Planning Education in Action: Some Community-Centered Approaches," Judy El-Bushra y Susan Perl, International Extension College and International Planned Parenthood Federation, London, England, marzo de 1976.

"Comunicación, Educación No Formal y Desarrollo Nacional: Las Radio Escuelas Colombianas," Juan Braun, *Educación Fundamental Integral*, No. 1, Bogotá, Colombia, agosto de 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

LAEDZA BATANANI

Botswana

BENEFICIARIOS:	Los habitantes de los pueblos en la sección Loresté del Distrito Central de Botswana
OBJETIVO:	Fomentar la participación de la comunidad en las actividades de desarrollo, ayudarles a identificar o percibir sus propios problemas a los moradores de los pueblos y generar apoyo para los proyectos patrocinados por el gobierno
MEDIOS DE DIFUSION:	El teatro popular: drama, marionetas, danzas, cantos, poesías al son de tambores
DONANTES-PATROCINADORES:	Tutume Community College, División de Servicios Extramuros; Equipo de Divulgación Subdistrital de Tutume; Botswana Extension College
DURACION:	El proyecto fue iniciado en 1974 y aún continúa
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Ross Kidd, International Council for Adult Education, 29 Prince Arthur Ave., Toronto, Canada M5R 12B; Martin Byram, Tutume Community College, P.O. Tutume, Via Francistown, Botswana; Frank Youngman, UBS/DEMS, Private Bag 0022, Gaborone, Botswana

DESCRIPCION:

Laedza Batanani (que significa "El sol ha salido ya, vamos a trabajar juntos") es un proyecto destinado a promover conciencia en la población. Comenzó en 1974 y aspira a motivar a la población a ayudarse a sí misma y a aprovechar al máximo las oportunidades de desarrollo patrocinadas por el gobierno. La campaña de "concientización comunitaria", organizada por los líderes locales y por los agentes de divulgación del gobierno, ha adoptado la forma de una serie anual de festivales locales.

El proyecto comenzó como un experimento en el uso del teatro popular por los agentes de divulgación del gobierno y todavía mantiene un sabor empírico. En sus comienzos, la comunidad afectada estaba dominada por la apatía, producto directo de su manera dispersa y separada de construir sus casas, el descuido por parte de los hombres empleados fuera de la zona y una débil dirección por parte de las autoridades tradicionales. Así, pues, cuando los líderes de una conferencia de desarrollo local respondieron con entusiasmo a los estudios de caso dramatizados y recomendaron un programa de seguimiento ulterior en los pueblos, los organizadores decidieron responder con una campaña móvil utilizando dramas y otros medios. El primer festival tuvo un gran éxito y los participantes pidieron que se convirtiera en un acontecimiento anual.

Cada festival está organizado como un proyecto integrado de educación extraoficial en el cual participan todos los agentes de divulgación de la zona, bien sea

como organizadores locales, o como miembros del equipo móvil de actores-animadores. Cada campaña constituye además una actividad organizada por la comunidad: los representantes de la comunidad asisten a un programa de planificación previo a la campaña (en el cual se identifican las prioridades de los temas), proporcionan servicios auxiliares y de apoyo al festival y participan en las actuaciones del festival).

Anualmente, los componentes del equipo de la campaña efectúan una gira por los cinco principales pueblos de la zona y dan una función en cada uno de ellos. Después de cada actuación, los actores y agentes locales de divulgación dividen al público en grupos para discutir los problemas presentados. Una innovación reciente consiste en un programa posterior a la campaña en el cual se realizan demostraciones prácticas y otras actividades (v.g.: distribución de semillas) para ayudar al pueblo a hacer la transición de la discusión a la acción.

El medio principal utilizado en cada festival es un drama "popular" o "rústico" que depende de la improvisación más que de un texto fijo y utiliza actores que están familiarizados con los temas de prioridad más que con los ensayos. Las palabras se limitan al mínimo y la narración se repite continuamente para que puedan oírlos los espectadores que llegan tarde. Para poder mantener el interés de los espectadores, hay abundancia de golpes en la escena y se alienta la participación del

público. Se utilizan otros medios (marionetas, cantos, danzas, poesía) para reforzar los mensajes comunicados mediante el drama.

RESULTADOS:

Laedza Batanani atrae a un gran número de personas, muchas de las cuales nunca han participado en los programas de desarrollo. Los festivales presentan los temas locales de forma viva y dan a los habitantes del pueblo la oportunidad de expresar sus quejas de forma extraoficial, pero dentro de un contexto personal. Las actuaciones proporcionan además, un medio de diversión excelente y estimulan la actividad cultural local.

Son muchos los cambios positivos que se han producido como resultado directo de *Laedza Batanani*: en especial, ha aumentado la asistencia a las reuniones de desarrollo de los pueblos, ha aumentado el número de personas con enfermedades venéreas que las declaran y se presentan para recibir inoculaciones contra la enfermedad, y se han establecido más huertos caseros. Además, el éxito del proyecto ha llevado a tres otros distritos de Botswana, a adoptar el mismo enfoque para la realización de campañas integradas de educación rural.

ASPECTOS QUE MERECEAN DESTACARSE:

- Los caracteres de las "representaciones de problemas" reciben el nombre del vicio que tienen y ya se han convertido en parte del folklore popular.
- El empleo de las danzas tradicionales y la poesía al son del tambor ha resultado bastante popular y ha demostrado el potencial del folklore y sus artistas para transmitir los mensajes del desarrollo moderno.
- El uso del teatro popular como un "espejo" —que proyecta las inquietudes cotidianas mediante las artes escénicas de forma que los miembros de la comunidad puedan verlas y discutir las colectivamente— esto ha sido un resultado muy eficaz en *Laedza Batanani*.

REFERENCIAS:

"*Laedza Batanani* —Folk Media and Development: A Botswana Case Study", Ross Kidd y Martin Byram, Botswana Extension College, Gaborone, Botswana, junio de 1976.

"Popular Theatre and Development", Ross Kidd y Martin Byram; aparecerá en *Convergence* a fines de 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

PROYECTO PARA EL TERRITORIO INFERIOR DEL YUKON (SKYRIVER)

Estados Unidos

BENEFICIARIOS:	Esquimales de Alaska y funcionarios del gobierno
OBJETIVO:	Desarrollar un proceso mediante el cual los habitantes de los pueblos esquimales pudieran identificar sus necesidades y problemas, convenir en medidas adecuadas para resolverlos y buscar soluciones propias
MEDIOS DE DIFUSION:	Películas y cintas video
DONANTES-PATROCINADORES:	Oficina Estadounidense de Oportunidades Económicas (OEO)
DURACION:	De 1970 a 1972, inclusive
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Tim Kennedy, Cornell University, Department of Communication Arts, 640 Stewart Avenue, Ithaca, N.Y. 14853, U.S.A.

DESCRIPCION:

Con fondos de la Oficina Estadounidense de Oportunidades Económicas (OEO), el *Proyecto Skyriver* comenzó en 1970 con un solo equipo de filmación trabajando en Emmonak, un pueblo de la región inferior del Río Yukón. El proyecto fue organizado como experimento en el uso de la cinematografía para organizar a las comunidades.

La población seleccionada escogió inicialmente a un organizador del proyecto dentro de sus propios miembros. En reuniones con los hombres y mujeres de la localidad, se identificaron respetados líderes de la comunidad y se determinó cuáles eran los problemas locales más urgentes (por ejemplo, falta de escuelas o viviendas edificadas deficientemente). Se estimuló a dichos líderes a que comentaran y ofrecieran soluciones relacionadas con los problemas del pueblo ante las cámaras de cine en cualquier idioma, marco o formato que quisieran. Después de una sesión privada durante la cual la persona entrevistada podía borrar o añadir cualquier material, la película o cinta se entregaba al organizador del proyecto para su aprobación y a la comunidad para estimular una discusión posterior y aclaración de los problemas. Entretanto, el equipo de *Skyriver* proporcionaba información tal como: nombres de las agencias gubernamentales encargadas de atender determinados problemas o los nombres de las personas que finalmente toman las decisiones. Paulatinamente, surgió una película que reflejaba el consenso de la comunidad.

La película ya terminada se llevó a Juneau y se mostró a las autoridades del gobierno y a otros grupos interesados en cuestiones de bienestar social. El equipo encargado del *Proyecto Skyriver* grabó en video las respuestas proporcionadas por estas personas, las cuales

se enviaron a la comunidad filmada para que las revisaran. Estas mismas películas se enviaron también a otros pueblos rurales para promover el concepto de utilizar foros en video.

No todas las películas se concentraron en estos problemas, sin embargo, algunas ilustraron los aspectos positivos de la vida esquimal y su fin consistió simplemente en servir de diversión y educación a los pueblos de otras culturas.

RESULTADOS:

Las películas utilizadas en el *Proyecto Skyriver* han producido cambios importantes en la política oficial. Una película en la que los esquimales se quejaron de tener que enviar a sus hijos a internados (debido a que no habían escuelas cercanas), llevó al Departamento de Educación de Alaska a reconsiderar su estrategia de desarrollo escolar; ahora se han construido escuelas de segunda enseñanza en pueblos pequeños. Otra película mostraba las dificultades por las que tienen que pasar las familias con bajos ingresos para encontrar vivienda, lo cual resultó en el despido de un planificador de la vivienda y en la reconsideración por parte del estado para los proyectos de viviendas destinadas a dichas familias.

Algunos de los otros resultados del *Proyecto Skyriver* son más difíciles de medir. Los esquimales lograron una mayor comprensión de lo que el gobierno puede o no puede hacer por ellos. Adquirieron una mayor cohesión a medida que se enteraban de los problemas de sus vecinos y de los habitantes de otros pueblos. Estos conocimientos les ayudaron a proteger su cultura contra la intrusión de instituciones del occidente. Al mismo

tiempo, los funcionarios estatales recibieron información directa sobre las dificultades experimentadas por la gente del campo, dificultades que de ordinario permanecerían desapercibidas.

Finalmente, al ver las películas producidas por los propios esquimales, otros americanos alcanzaron una mayor comprensión del carácter especial de su cultura y de sus esfuerzos para preservar su identidad.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Skyriver tuvo problemas en encontrar filmadores y operadores de video que pudieran trabajar dentro del marco especial del proyecto, en el cual las labores de edición, distribución y contenido estaban controlados por los actores más que por los directores.
- El segundo equipo del *Proyecto Skyriver* estuvo integrado por esquimales. El Señor Kennedy, director del proyecto, juzgó que dicho equipo compuesto por dos esquimales, obtuvo material que no habrían logrado filmar gente de afuera.
- Después de revisar las cintas inéditas, los moradores del pueblo decidían por votación si la película en

cuestión reflejaba verdaderamente los sentimientos y el consenso de la comunidad.

- En algunos casos, las películas eran mejor medio que las videocintas para las entrevistas. Las dos o tres semanas que se requerían para procesar la película, permitían a los actores, meditar sobre lo que habían dicho y efectuar los cambios necesarios. En general, las películas y las videocintas tenían diferentes limitaciones y ventajas.

REFERENCIAS:

"The Skyriver Project: The Story of a Process". Tim Kennedy. *Access*, No. 12. National Film Board of Canada, marzo de 1974.

"Videotaping: Process in Community Development Discussed by Tim Kennedy, at Center Seminars". *Instructional Technology Report*, Washington, D.C., julio-agosto de 1974.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

RADIO MENSAJE

Ecuador

BENEFICIARIOS:	Adultos de las zonas rurales del Ecuador
OBJETIVO:	Enseñar a los analfabetos adultos de las zonas rurales mediante programas de radio concebidos por ellos y para ellos
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio y grabadoras con cassettes
DONANTES-PATROCINADORES:	<i>Nonformal Education</i> , Proyecto de la Universidad de Massachusetts, con fondos proporcionados por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
DURACION:	Continúa todavía (fue iniciado en agosto de 1972)
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Padre Isaías Barriga, Director, <i>Radio Mensaje</i> , Tabacundo, Ecuador

DESCRIPCION:

A fines de 1972, se introdujeron en las transmisiones de una pequeña estación regional, *Radio Mensaje*, programas en cassette producidos por campesinos, en un intento para llegar a una gran parte de los 44.000 analfabetos adultos, que se estima existen en los alrededores de Tabacundo, Ecuador. Con este proyecto se trató de captar a un público en masa, mediante transmisiones libres, y convertir a los propios radioyentes en programadores y locutores. Sus objetivos inmediatos consistieron en comprobar si los programas de radio, sin formatos complejos, acentos educados, etc., continuarían interesando a los radioyentes, y, al propio tiempo, en transmitir programas producidos dentro de la comunidad en su propio idioma. Sus metas de largo plazo fueron las siguientes: 1) aumentar la autoestimación de los radioyentes, 2) promover el desarrollo comunitario, y 3) mejorar las habilidades matemáticas y literarias de los radioyentes.

Con una modesta subvención para equipo recibida de la Universidad de Massachusetts, el proyecto obtuvo 40 aparatos de audio cassette y muchas cintas. Luego, se distribuyó este equipo y se hizo que los auxiliares voluntarios de enseñanza de los 40 centros radioescolares de la zona, se familiarizaran con él. Ahora, cada auxiliar emplea este equipo para grabar cintas que se transmiten semanalmente en dos programas de media hora de duración.

Las transmisiones del "*Mensaje Campesino*" reflejan la idea de que los campesinos están tan interesados en oírse a sí mismos por la radio que, mediante programaciones caseras, es posible captar la atención de un amplio público. Si bien son los auxiliares quienes se encargan de grabar las cintas y de entregarlas a la

emisora, las transmisiones no se editan y, ni mucho menos, se ponen en formato fijo. Los programas contienen consejos, poemas, canciones, lecturas de textos, dramatizaciones de problemas comunitarios, historia sagrada, lecturas y lecciones sobre alfabetización y matemáticas (que se transmiten conjuntamente con un programa preexistente de educación por radio).

RESULTADOS:

Mediante un cuestionario administrado en los años 1971, 1972 y nuevamente en 1973, se demostró que en un año el número de campesinos que se contentaban con depender solamente de la "ayuda de Dios" en las cuestiones de desarrollo comunitario descendió del 80 al 50 por ciento en la zona de Tabacundo. Durante ese mismo tiempo, el número de campesinos interesados en trabajar con quienes deseaban experimentar un programa sobre prácticas de producción, aumentó del 56 al 84 por ciento. Con todo, el cuestionario no reveló ningún aumento significativo entre los campesinos en el grado de autoestimación. Los observadores afirman, no obstante, que se han producido ciertamente importantes cambios de actitud. El Padre Isaías Barriga, director de la emisora, cree que el uso de las grabadoras ha demostrado a los campesinos que "el poder de la palabra" está a su disposición y que, tanto los fines como las satisfacciones de la vida de campo son únicas y vale la pena hacer el esfuerzo por alcanzarlas.

El progreso hacia el logro de los otros dos fines del proyecto ha sido bastante notable y es relativamente fácil de medir. Desde 1972 hasta 1973 las respuestas correctas a un cuestionario de desarrollo comunitario

aumentaron del 50 al 61,5 por ciento. En particular, el número de campesinos entrevistados que pensaban que la erosión era "algo pernicioso" aumentó del 26 al 58 por ciento. El número de campesinos que tuvo una puntuación "elevada" (55) en una prueba de lectura y aritmética, administrada anualmente entre 1971 y 1973, aumentó espectacularmente. Las tasas generales de deserción aumentaron del 26 por ciento en el año escolar de 1971-1972 al 45 por ciento en el año siguiente; pero este problema quizás refleje factores externos (malas cosechas, y la migración consiguiente en busca de trabajo, este último facilitado por una nueva carretera que redujo a la mitad el tiempo de viaje a Quito).

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Los auxiliares, a quienes se dejó actuar independientemente después de recibir una orientación de media hora sobre la operación de los aparatos "cassette", se familiarizaron rápidamente con el equipo y lo utilizaron en forma cuidadosa e imaginativa.
- Un grupo rural participante que no tenía máquina cassette, alquiló un automóvil para trasladarse al estudio de la estación de radio, de manera que sus miembros pudieran efectuar una "transmisión directa personal".
- Las observaciones sumamente técnicas de un agrónomo bien intencionado, pero no familiarizado con la situación local, fueron "traducidas" por un campesino a un lenguaje más fácil de comprender.
- Una comunidad grabó una charla ofrecida por un funcionario del programa de desarrollo y conservó la cinta como registro permanente de sus promesas al pueblo.

REFERENCIAS:

- "Programming by the People: An Ecuadorian Radio Experiment", James Hoxeng, *Educational Broadcasting International*, Vol. 10, No. 1, marzo de 1977.
- "Tabacundo: Battery-Powered Dialog," James Hoxeng, Valerie Ickis y Alberto Ochoa, *Technical Notes on Nonformal Education*, Center for International Education, University of Massachusetts, Amherst, Massachusetts, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

PROYECTO DE IGUALDAD DE ACCESO A LA EDUCACION PARA MUJERES Y NIÑAS

Alto Volta

BENEFICIARIOS:	Las mujeres y niñas rurales en tres regiones del Alto Volta
OBJETIVO:	Proporcionar educación práctica como medio para mejorar el nivel de vida y la condición de las mujeres en la comunidad y capacitar maestros para perpetuar el movimiento
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio, películas, diapositivas, dramatizaciones, materiales impresos y comunicaciones interpersonales
DONANTES-PATROCINADORES:	El Gobierno del Alto Volta (el Ministerio de Educación y Cultura, y otros organismos de las 11 Organizaciones para Desarrollo Rural del Alto Volta), UNESCO, PNUD, OIT, FAO; y otros organismos internacionales, gubernamentales y no gubernamentales
DURACION:	Planificado e iniciado en 1967, continua por lo menos hasta 1981
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Madame Scholastique Kompaore, Project Manager, Project d'Égalité d'Accès des Femmes et des Jeunes Filles à l'Éducation, B.P. 111, Ouagadougou, Alto Volta; Mary Lynn Hanley, Information Officer UNDP, One United Nations Plaza, New York, N.Y. 10017 EE.UU.; Brenda McSweeney, UNDP, B.P. 575, Ouagadougou, Alto Volta

DESCRIPCION:

El Gobierno del Alto Volta y la UNESCO pusieron en ejecución en forma conjunta el *Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas* en 1967 para mejorar el nivel de vida en 83 comunidades rurales y elevar la condición de las mujeres en la comunidad. Para sentar las bases de una reforma tan amplia, el personal del proyecto adoptó metas intermedias claramente definidas. Llevó a cabo estudios sociológicos para identificar los obstáculos al acceso de las mujeres a la educación, lanzó campañas de alfabetización para las mujeres rurales, instituyó programas de adiestramiento para los educadores comunitarios y programas de liderazgo femenino y auspició cursos de instrucción básica en nutrición, agricultura, economía doméstica, salud, y el establecimiento de industrias a pequeña escala y cooperativas de artesanías.

En 1967, se llevó a cabo un estudio de evaluación de necesidades en toda la nación. Se seleccionaron como centros pilotos a Kongoussi, Banfora y Po —tres regiones con diferentes componentes étnicos y lingüísticos así como diferentes condiciones económicas. Dado que las mujeres del Alto Volta están ocupadas desde que sale el sol hasta el anochecer y no tienen tiempo para las actividades educativas, la primera fase del proyecto consistió en la introducción de medios para ahorrar el trabajo manual: pozos, máquinas de molienda, carros y clínicas de maternidad. Al mismo tiempo se introdujeron métodos destinados a salvar vidas —programas de

instrucción sobre higiene, nutrición y salud— dirigidos a aligerar el peso psicológico y físico de las mujeres.

Debido a que los tres proyectos pilotos no comenzaron simultáneamente, varió el periodo en el cual se habían reducido lo suficientemente los obstáculos relativos al tiempo y a la salud como para permitir la participación de los habitantes de las comunidades en los programas de alfabetización y capacitación vocacional (en términos generales eso ocupó entre 1970 y 1975). Sin embargo, se habían distribuido radios y se habían formado grupos de oyentes a principios del proyecto y ambos tuvieron un papel crucial en las campañas agrícolas y de mejoras en las comunidades. Por lo tanto, la radio se convirtió en uno de los dos medios principales de instrucción. (Los programas de instrucción en las escuelas, el otro método utilizado, fue diseñado principalmente para las niñas.)

En general, se preparan semanalmente los programas en los idiomas locales. Se incluyen debates sobre los éxitos y problemas que afectan las actividades del proyecto y otros aspectos de interés para las mujeres rurales, y se incorporan los puntos de vista de las comunidades así como canciones compuestas por músicos locales sobre las actividades del proyecto. Durante la capacitación, las líderes femeninas representan obras teatrales y las mujeres de las comunidades toman parte en representaciones culturales que son continuación de las obras de la comunidad, el vehículo tradicional en toda Africa para comentarios sociales, control social y

noticias de la región. Además de las películas y exhibiciones de diapositivas preparadas y mostradas en la localidad se presentan discusiones sobre las mismas. Este intercambio entre comunidades, entre regiones y entre zonas rurales y urbanas se fortalece aún mediante la distribución de periodos en los idiomas locales.

RESULTADOS:

Se llevó a cabo una evaluación del proyecto "Acceso" en 1974, a cargo de una comisión compuesta de representantes del Gobierno del Alto Volta, el PNUD y UNESCO. La misma identificó que la escasez de transporte, la pobreza de servicios de comunicación, la falta de instalaciones para la producción y distribución de los materiales necesarios para los programas de alfabetización y la falta de capacitadores para los programas de alfabetización y desarrollo comunitario son los obstáculos principales a la realización de los objetivos del proyecto. Al mismo tiempo, la comisión presentó la idea de que los programas de alfabetización deben estar dirigidos tanto a los hombres como a las mujeres, si es que van a tener éxito, dado que hombres analfabetos no van a estar deseosos de alentar a sus esposas e hijas para que aprovechen las oportunidades que se les presentan cuando ellos mismos no gozan de esas oportunidades. El problema más difícil de solucionar ha sido el escaso número de empleos disponibles para las mujeres que logran aprender a leer y adquieren capacitación. De acuerdo a un informe de la UNESCO, la capacitación fue inapropiada en muchos casos y los empleadores todavía discriminan en contra de las mujeres.

Las actividades que se han emprendido desde 1967 son el tema de una evaluación que se está llevando a cabo en la actualidad. Se está prestando especial atención al impacto de las tecnologías sobre el uso del tiempo por parte de las mujeres y su productividad. Las estadísticas dadas a conocer en 1976 mostraban que 109.042 habitantes de las comunidades rurales habían participado en el proyecto durante 10 años, que se había adiestrado a 100 parteras, 427 letrinas habían sido construidas junto con el componente sanitario necesario; se habían formado 85 grupos de radio escuchas y 42 "especialistas" (especialistas de extensión femeninas) habían establecido residencia en 42 comunidades.

En la actualidad el proyecto está en proceso de ampliación para cubrir la nación en su totalidad. Las actividades serán ejecutadas por el Ministerio de Educación y Cultura Nacional con la colaboración de los Ministerios de Desarrollo Rural, Salud y Asuntos Sociales, Asuntos Ambientales y de Trabajo.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Durante los primeros años del proyecto, los maestros fueron seleccionados entre los instructores calificados de educación primaria y secundaria. Más tarde, algunos obtuvieron becas en el exterior para estudiar técnicas de educación no formal.
- Las especialistas femeninas de programas de extensión en las comunidades sirven de enlace entre los equipos regionales y las líderes en las comunidades rurales (parteras y otras).
- Las radios y máquinas de molienda proporcionadas por el proyecto experimentaron numerosas dificultades mecánicas. En consecuencia, el proyecto incorporó una unidad de tecnología apropiada para llevar a cabo investigaciones y experimentos que ayudarán a las mujeres a realizar su tarea más eficientemente y con mayor rapidez.
- El Alto Volta es uno de los países económicamente menos desarrollados del mundo, y su población rural representa un 95 por ciento del total.
- Un equipo nacional de coordinación trabaja estrechamente con tres equipos regionales para formular, programar y coordinar las actividades del proyecto a nivel nacional.
- Aunque la condición de la mujer en el Alto Volta es por lo general inferior a la del hombre, las diferencias regionales en la condición de la mujer forzaron a los organizadores del proyecto y a los elaboradores de los programas a desarrollar materiales de alfabetización y actividades que fueran específicas para atender las necesidades de cada uno de los grupos locales.

REFERENCIAS:

"Project Experimental: Égalité d'Accès des Femmes et des Jeunes Filles à l'Education," informe de la Comisión Nacional del Alto Volta para la UNESCO, Ouagadougou, mayo de 1974.

"A New Chance for Rural Women," Mary Lynn Hanley, *Action UNDP*, enero-febrero de 1975.

"Le Projet d'Égalité d'Accès des Femmes et Jeunes Filles à l'Education: 1967-1976," Ministerio de Educación y Cultura Nacional, Ouagadougou, noviembre de 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Enero de 1978

PROYECTO DE DESARROLLO RURAL INTEGRAL DE SHADAP

Pakistán

BENEFICIARIOS:	Los habitantes de 60 comunidades rurales en las cercanías del Lahore (aproximadamente 184.000 personas)
OBJETIVO:	Estimular el aumento de la producción agrícola y las oportunidades de comercialización, fomentar el desarrollo de las industrias rurales y los proyectos de viviendas, establecer cooperativas y planes de crédito, crear oportunidades para la autoayuda y la participación comunitaria y llevar a cabo actividades educativas
MEDIOS DE DIFUSION:	Materiales impresos y comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	Programa de Desarrollo Rural Integral de Pakistán, la Asociación para la Planificación Familiar de Pakistán, y el Ministerio de Agricultura de Pakistán
DURACION:	Establecido en 1971; continúa en la actualidad
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	M. Sadiq Malik 26-Hill Road, F. 63, Islamabad, Pakistan; John Rowley, International Planned Parenthood Federation, 18-20 Lower Regent Street, London SW1Y 4 PW, England

DESCRIPCION:

El *Proyecto de Desarrollo Rural Integral de Shadab* siguió una serie de proyectos de desarrollo integral que tuvieron, en el mejor de los casos, un éxito moderado. Al igual que los programas anteriores que fracasaron, el proyecto fue diseñado para aumentar la producción agrícola. Pero abarca virtualmente todos los aspectos de la vida rural — algo que la mayoría de los proyectos anteriores no hicieron. Los componentes del *Proyecto Shadab* incluyen el desarrollo comunitario, la educación agrícola y asistencia, programas bancarios y de crédito, educación primaria para adultos y niños, y un elemento multidimensional de planificación familiar que incluye capacitación vocacional, trabajo juvenil, y cursos de alfabetización.

El elemento clave del *Proyecto Shadab*, que sirve como proyecto piloto y modelo para el IRDP (Programa de Desarrollo Rural Integral) en Pakistán, es la organización. Bajo la coordinación de una organización central en la que hay mayor flexibilidad a medida de que se aparta del centro, figuran todos los organismos gubernamentales que actúan en el desarrollo rural, así como aquellos organismos semi-oficiales, privados, y comerciales que tienen el mismo objetivo. Las 60 comunidades rurales en la zona del proyecto se dividen en diez consejos-uniones y los servicios técnicos, materiales y educacionales se brindan a nivel del centro administrativo, denominados el *markaz*. Este sistema es supervisado por un administrador del proyecto asistido por dos ayudantes (uno que administra asuntos técnicos, y otro

que supervisa las cooperativas) y diez asistentes a nivel inferior (egresados de los colegios agrícolas que ofrecen asesoría a los agricultores y organizan actividades a nivel de los consejos-uniones).

El enfoque dado al desarrollo rural por los directores del *Proyecto Shadab* consiste en proporcionar a los habitantes rurales con todo lo que necesitan para que ellos mismos determinen el orden de las prioridades de desarrollo. A menudo basta proporcionar información. Pero en los casos en que esto no es suficiente, los beneficiarios del proyecto usan el mismo canal por el cual reciben la información para obtener otro tipo de ayuda: van al *markaz* donde la mayoría de los organismos gubernamentales y demás organizaciones tienen representantes. Estos centros administrativos sirven asimismo como sede para las cooperativas federadas de agricultores.

A nivel de la comunidad, los diez asistentes del administrador del proyecto proporcionan información y suministros, ayudan a los agricultores a hacer los arreglos para la venta y envío de sus productos, a negociar préstamos y créditos, a atender los lotes de demostración, a ayudar a los agricultores a organizar ferias y exposiciones agrícolas, y a llevar a cabo reuniones. Si el tiempo lo permite, también organizan clubes juveniles, supervisan la prestación de servicios de salud rudimentarios, y organizan clases de educación para adultos.

En conjunción con este proyecto la Asociación de Planificación Familiar de Pakistán tiene a su cargo las clases de educación para adultos. Utilizando maestros capacitados y materiales impresos, las clases enfocan principalmente los temas de planificación familiar. Los especialistas en planificación familiar alientan a los adultos de la localidad para que asistan a las clases y los voluntarios de las clases de alfabetización actúan también como agentes catalíticos para motivar a la población a que pruebe los métodos de planificación familiar.

El objeto a largo plazo del director del *Proyecto Shadab* consiste en conseguir la descentralización y dispersión de los fondos del gobierno a través del *marcanz*. Entretanto, los planes a corto plazo incluyen seminarios de capacitación para el personal de campo y lograr el apoyo de un mayor número de líderes locales hacia esta causa.

RESULTADOS:

Aparentemente, el *Proyecto Shadab* no ha sido evaluado en forma sistemática. Sin embargo, sus éxitos y debilidades no han pasado desapercibidos para muchos observadores. El componente de planificación familiar ha sido cuantitativamente evaluado.

Los indicadores del éxito logrado incluyen un aumento cuádruple en la producción agrícola en una zona de mucha precipitación incluida en el proyecto, el aumento cuádruple del número de personas que han aceptado la planificación familiar (de 779 en 1973 a 3.322 en 1974) y la construcción de un camino transita durante todas las estaciones del año que facilitó el comercio y que permitió al personal gubernamental llegar por primera vez a algunas comunidades remotas. Además, algunos agricultores han informado que están logrando dos cosechas por año, en tierras que solían rendir sólo una y que están logrando otros avances en el rendimiento de las cosechas.

En un tono más negativo, la rapidez con que los especialistas del proyecto predijeron que se multiplicarían los éxitos, se piensa ahora que fue altamente utópica dada la limitada disponibilidad de recursos y del personal capacitado y dada la resistencia predecible de una integración total por parte de la burocracia. De todas maneras, hasta comienzos de 1978 se habían iniciado 635 proyectos siguiendo el modelo del *Proyecto Shadab* en las zonas rurales pakistani.

ASPECTOS QUE MERECE DESTACARSE:

- Se utilizan nueve escuelas primarias y 35 centros de educación de adultos establecidos en la zona de *Shadab* como instalaciones de la Universidad Popular Abierta, dirigida a los habitantes que desean obtener una capacitación vocacional y técnica o cursar materias a nivel universitario.
- Se organizaron los líderes y otros habitantes claves de las comunidades rurales al comienzo del proyecto en "comités modelos" cuyo asesoramiento ha resultado ser crítico para el éxito del *Proyecto Shadab*.
- Cuando comenzó el proyecto, se estimaba que un 95 por ciento de los agricultores en la zona del *Proyecto Shadab* eran analfabetos.
- Se suponía en un principio que el administrador del proyecto tenía que obtener la cooperación de los organismos voluntarios, pero la mayoría de tales organizaciones en la zona habían desaparecido, faltaban fondos o estaban mal organizadas como para poder ser efectivos.
- Según el primer director del proyecto, un impedimento para lograr la "coordinación horizontal" en el desarrollo rural es el sentimiento entre los varios departamentos gubernamentales de que el Programa de Desarrollo Rural Integral (IRDP) es un organismo superior y representa una amenaza potencial para la soberanía de los otros organismos. "Estamos tratando de convencerlos que no somos un departamento, sino un programa," expresó mientras se encontraba a cargo del proyecto.

REFERENCIAS:

- "Family Planning Education in Action: Some Community-Centered Approaches," Judy el Bushra y Susan Perl, *IEC Broadsheet #8*, International Extension College y IPPF, Londres, 1976.
- "Punjab's Push for Prosperity," John Rowley, *People*, Vol. 2, No. 3, International Planned Parenthood Federation, Londres, 1975.
- "Description of Shadab Pilot Project Chung," documento impreso por el gobierno pakistani, sin fecha.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1978

EXPERIMENTO DE TELEVISION EDUCATIVA VIA SATELITE

India

BENEFICIARIOS:	Los habitantes de 2.400 aldeas remotas en los distritos subdesarrollados de seis estados de la India, y televidentes urbanos y semi-urbanos en Delhi y Amritsar y sus alrededores y en el distrito de Kheda de Gujarat
OBJETIVO:	Desarrollar y evaluar el potencial de un sistema de televisión educativa via satélite para el desarrollo nacional a través de la educación convencional y no convencional
MEDIOS DE DIFUSION:	Emisión directa de televisión via satélite a las aldeas y redifusión via transmisores terrestres urbanos
DONANTES-PATROCINADORES:	La "Indian Space Research Organization" (ISRO), (Organización de Investigación Espacial de la India); el Ministerio de Información y Transmisión; el Ministerio de Educación; la Administración Nacional de la Aeronáutica y del Espacio de los EE.UU. (NASA)
DURACION:	Via satélite durante un año (desde agosto de 1975 hasta julio de 1976) continuado a través de estaciones terrestres de transmisión hasta que el satélite de la India esté listo en 1981.
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Prof. E.F. Chitnis, Space Applications Center, ISRO, P.O. Box 11, Jodhpur Teka, Ahmedabad 380909, India; Prof. Bella Mody, Institute for Communication Research, Cypress Hall, Stanford University, CA 94305, EE.UU.

DESCRIPCION:

En agosto de 1975, después de seis años de planificación, India comenzó un experimento único y de alcance masivo para apoyar el desarrollo nacional a través de emisiones de televisión educativa via satélite. El objetivo principal del *Experimento de Televisión Educativa via Satélite (SITE)* fue proporcionar programación educativa convencional y no convencional y cultural a los habitantes de aldeas rurales remotas. La Administración Nacional de Aeronáutica y del Espacio de los EE.UU. le prestó a la India el satélite ATS-6 por un año, colocándolo en su lugar sobre el Océano Indico. Se utilizó el satélite para transmitir programas a los receptores de televisión comunitarios en las 2.400 aldeas elegidas para el experimento (una audiencia potencial de 2.8 millones). La Organización de Investigaciones Espaciales de la India (ISRO) tuvo a su cargo los equipos terrestres del experimento; Doordarshan (el servicio de televisión nacional de la India) se encargó de producir la mayoría de los programas; y el Centro de Aplicaciones Espaciales del ISRO llevó a cabo la evaluación del programa.

Los programas se transmitieron cuatro horas por día en cuatro de los 14 idiomas principales de la India, ya sea con una programación separada para cada idioma o con el sonido doblado. Se utilizaron una variedad de

programas, incluyendo demostraciones, conferencias, entrevistas, teatro, discusiones de paneles, cantos y danzas, marionetas, y respuestas a las cartas del público.

Se dedicó la mayor parte de la programación a la instrucción no convencional sobre agricultura, salud y planificación familiar, dirigida a la población adulta. Estos programas, emitidos durante dos horas y media todas las tardes, incluyeron media hora de noticias nacionales en hindi, y entre 40 minutos a 1 hora de programación al desarrollo regional en hindi, telegu, kannada, y oriya. Segunda en importancia era la programación para los niños escolares entre los 5 y 12 años de edad. Los programas proporcionaban un suplemento educativo más que un programa de estudios básico, con gran énfasis en la educación en las ciencias. Los programas escolares duraban de una hora y media por día (22 minutos y medio en cada uno de los cuatro idiomas). Se proporcionó instrucción a los maestros en el uso de las lecciones por televisión y cómo relacionarlas con el ambiente del niño. También se les proporcionó sinopsis impresas de los programas antes de cada transmisión acompañadas de sugerencias para actividades y afiches. El tercer programa principal fue el adiestramiento de maestros llevado a cabo durante las

vacaciones escolares y que formó parte de un curso más importante que utilizó además otros métodos de comunicación educativa.

Las actividades auxiliares adicionales y los "experimentos-dentro-del-experimento" incluyeron un programa para agentes de extensión agrícola y el establecimiento de un laboratorio experimental en el campo para examinar los enfoques de la programación a nivel de las bases. El laboratorio transmitió programas experimentales dentro de un radio de 40 kilómetros en el distrito de Kheda utilizando un transmisor terrestre convencional de 1 kw de potencia.

La meta principal de la India fue obtener una gama completa de experiencia para elaborar, probar, y administrar un sistema de televisión educativa vía satélite antes de instalar su propio sistema nacional de satélites. Con este fin, todo el material usado en tierra, desde el equipo electrónico hasta la programación, fue desarrollado en la India. Dado que el ATS-6 generaba señales más poderosas que los satélites anteriores, se necesitó una estación terrestre menos poderosa y menos costosa para transmitir la señal, la cual la India pudo construir con un mínimo de material importado. De la misma forma, los 2400 sistemas de recepción directa, que consistían en una antena de malla de alambre de 3 metros de diámetro, un convertidor de señal y un monitor de televisión fueron producidos en la India, a un costo de U.S.\$1.100 dólares cada uno. Se establecieron centros de producción especiales en Cuttack, Hyderabad, y Delhi para producir programación específica según el idioma y otras especificaciones de la zona. Se utilizaron cintas de grabación de 2,5 cm de amplitud. Se establecieron cuatro centros de mantenimiento en cada uno de los seis estados y cada uno tiene a su cargo la manutención en buen estado de 100 receptores comunitarios.

SITE también se caracterizó por tener un componente importante de investigación y evaluación. Se llevaron a cabo estudios sobre los perfiles de los televidentes y de sus necesidades. Se diseñaron programas piloto y se los ensayó con anterioridad en las comunidades. Durante las transmisiones se efectuó retroalimentación constante de los programas por parte de los televidentes sobre el impacto del mensaje y las condiciones de la transmisión. Antropólogos que fueron a vivir en algunas comunidades seleccionadas por un período de seis meses antes de la iniciación del proyecto *SITE* y permanecieron en las mismas hasta tres meses después del mismo, llevaron a cabo estudios completos de los patrones culturales y de comunicación y cómo el proyecto influyó sobre los mismos. Los sociólogos llevaron a cabo estudios sobre el impacto causado por un año de televisión en los habitantes adultos de las villas. Los psicólogos estudiaron el impacto de la televisión en los niños de las escuelas primarias.

RESULTADOS:

Quizás los resultados más importantes del proyecto *SITE* fueron la coordinación exitosa entre dos importantes organismos gubernamentales y la demostración con

éxito de la experiencia técnica y operativa de una tecnología a gran escala y compleja en un país del Tercer Mundo. El proyecto brindó a una población geográficamente y socioeconómicamente diversa el acceso a una variedad de información. Hubo avances estadísticamente significativos en relación con la información sobre medidas preventivas para la salud, planificación familiar, cría de animales, información política, y la vida moderna en general. Aunque la televisión no desplazó o aumentó el uso de otros medios de difusión, aumentó sin lugar a dudas el contacto de los habitantes de las comunidades rurales con los representantes de los servicios de extensión a nivel de las mismas. En general, la magnitud total del avance en conocimientos fue mayor para las castas más bajas, los analfabetos, las mujeres, los grupos de bajos ingresos, y para aquellos que informaron que miraban la televisión en forma regular, es decir, para los grupos que estaban menos expuestos a otras fuentes de información.

El tamaño de la audiencia durante el primer mes, que alcanzó un promedio alto de 300, se niveló a 50 u 80 por comunidad después que pasó la novedad. El tamaño de la audiencia diaria dependió de los niveles de la actividad agrícola y la programación que se esperaba esa tarde. La composición de la audiencia nocturna fue de aproximadamente un 50 por ciento de hombres adultos, 20 por ciento de mujeres adultas, y un 30 por ciento de niños. Los agricultores de pequeña escala y los peones sin tierra representaron el grupo más numeroso de televidentes. El estudio de la retroalimentación indicó que los programas educativos y aquellos con un mensaje eran preferidos a los de entretenimiento únicamente. En el programa escolar, los niños en aulas con televisores mostraron un aumento significativo en el desarrollo del lenguaje. La televisión no tuvo, sin embargo, impacto alguno en las cifras de inscripción y de ausentismo. En la parte tecnológica, la fidelidad de los receptores de las comunidades fue de un poco más del 90 por ciento, una vez que se solucionaron los problemas iniciales. La fidelidad de las principales estaciones terrestres fue del 99 por ciento.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Treinta y cuatro días antes de la fecha de iniciación de las transmisiones del proyecto *SITE*, Indira Gandhi declaró un estado de Emergencia Nacional que abarcó la censura total de los medios de difusión. Muchos de los programas de noticias fueron utilizados para transmitir información sobre la Emergencia.
- Se instalaron en un estado ciento cincuenta aparatos de televisión operados a batería como parte de un experimento utilizando un tipo de recepción diferente. Estos aparatos tuvieron menos problemas que aquellos que dependieron de la electricidad.
- El plan de investigación y evaluación *SITE* fue concebido como un ejercicio multidisciplinario, en el cual participaron más de cien científicos sociales e investigadores de los medios de difusión de la India.
- Un 82 por ciento de los costos totales del proyecto *SITE*, entre 15 y 20 millones de dólares fueron

utilizados en equipos, 9 por ciento en programación, 6 por ciento en administración y coordinación y 3 por ciento en la investigación social y evaluación.

REFERENCIAS:

"Planning for Satellite Broadcasting: The Indian Instructional Television Experiment," de Romesh Chander y Kiran Karnik, UNESCO, 1976.

"The Indian Satellite Instructional TV Experiment: Its Origins, Organization, Messages, and Effects" por Bella Mody. Documento presentado durante el Congreso anual de la Asociación Internacional de Comunicaciones, 1978.

"SITE Teacher Training." *Proyecto de Perfil*, Clearinghouse on Development Communication, enero de 1978.

"SITE in India: High Learning Gains, Low Overhead." *Development Communication Report*, No. 19, julio de 1977.

"Planning Development-Communication Software: Lessons from SITE," por Bella Mody, *Development Communication Report*, No. 23, julio de 1978.

Clearinghouse on Development Communication
Setiembre de 1979

LA TELEVISION EDUCATIVA Y LA REFORMA DE LA EDUCACION

El Salvador



BENEFICIARIOS:	Estudiantes de séptimo, octavo y noveno grados en El Salvador
OBJETIVO:	Llevar la educación pública a todos los jóvenes de 13 a 15 años a fin de incrementar la fuerza laboral de nivel medio de El Salvador
MEDIOS DE DIFUSION:	La televisión y materiales impresos complementarios
DONANTES-PATROCINADORES:	El Gobierno de El Salvador (ayudado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, la UNESCO, otras agencias de ayuda internacional y los gobiernos de México y Japón)
DURACION:	El proyecto se llevó a cabo durante los últimos años de la década de 1960-1970; actualmente se está ampliando con el fin de que abarque los grados primarios inferiores; se espera que abarque desde el grado uno al nueve para el año 1980
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Sra. Ana María Merino de Manzano, Televisión Educativa-El Salvador, Ministerio de Educación, San Salvador, El Salvador; Dr. Robert C. Hornik, Annenberg School of Communications, University of Pennsylvania, Philadelphia, PA 19104, U.S.A.; Dr. Henry T. Ingle, 7938 Bayberry Drive, Alexandria, VA 22306, U.S.A.

DESCRIPCION:

El proyecto de *Televisión Educativa del El Salvador* comenzó a fines de la década de 1960-1970 como parte de una amplia reforma de la educación. En conjunto, la reforma que fue iniciada por el Presidente Fidei Sánchez Hernández, tuvo por meta dar cumplimiento al derecho de todos los salvadoreños a nueve años de escuela gratuita y ampliar la fuerza laboral de nivel medio del país, así como efectuar una mejora general de los sistemas de enseñanza.

Cuando se introdujo la televisión educativa, se realizaron otros cambios que tuvieron una influencia sobre el impacto producido por la televisión. Se reorganizó el Ministerio de Educación bajo la dirección de una autoridad central más fuerte y se amplió de forma que comprendiera una oficina de planificación. Al mismo tiempo, se revisó el sistema de supervisión y los planes de estudio de las escuelas, se concedieron unas vacaciones pagadas de un año a los maestros del Tercer Ciclo (séptimo, octavo y noveno grados) para que participaran en actividades intensivas de capacitación, se eliminó la cuota para los grados siete a nueve, se establecieron sesiones dobles y se implantó un sistema de promoción o graduación de los estudiantes mucho más liberal. Todos estos cambios fomentaron y ocasionaron un considerable crecimiento en las inscripciones en las clases.

El núcleo de planes de estudio revisados se transmitió por televisión, y sobre este medio, presumiblemente, recayó parte del incremento en la carga de enseñanza a partir de febrero de 1969, fecha en que se utilizó por vez primera en 32 clases pilotos de séptimo grado. A partir de entonces, se transmitieron semanalmente cuatro programas de 20 minutos de duración en cada uno de los cinco campos o materias: español, ciencias sociales, ciencias naturales, matemáticas e inglés. Cada lección televisada fue precedida por una sesión de refuerzo dirigida por un maestro que duraba unos 20 minutos. Para complementar las lecciones televisadas se utilizaron guías del maestro y los cuadernos o anotadores de los estudiantes.

Los informes sobre el éxito del proyecto de televisión educativa en El Salvador difieren unos de otros, pero el proyecto continúa con más fuerza. Mediante un análisis cuantitativo se ha demostrado que los estudiantes de las clases por televisión obtuvieron un adelanto general en pericias básicas comprendido entre el 15 y el 25 por ciento por encima de sus semejantes que estudiaron en clases tradicionales o en clases reformadas sin la televisión educativa. Los indicadores cualitativos también son positivos: tanto los estudiantes (especialmente los desventajados y los lentos en aprender) como los maestros, expresaron aprobación y entusiasmo por las

clases televisadas. Aun cuando el entusiasmo se aminoró un poco después de haber pasado la novedad de la televisión (unos cuatro años después de su introducción), las producciones más animadas continúan siendo populares.

Algunos maestros y evaluadores de proyecto relacionados con la televisión educativa de El Salvador creen que todavía no se ha logrado el pleno potencial del programa. La queja que más presentan los maestros que participaron en la televisión educativa ha sido que la calidad de las lecciones por televisión es errática. Un evaluador afirmó que el proyecto de El Salvador corroboraba la noción de que la televisión puede utilizarse óptimamente para presentar material que no puede presentar tan bien el maestro (en competición con la televisión, algunos maestros la tratan como una "niñera", mientras que otros no la usan en absoluto). Finalmente, algunos evaluadores alegan que esta reforma de la educación no se ha integrado debidamente en el plan general de desarrollo de El Salvador, que los estudiantes que participan en el programa no pueden encontrar trabajo o que no encuentran espacio en el nivel siguiente de educación, el "Bachillerato Diversificado".

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- La recepción de los estudiantes ante la televisión educativa fué mayor con respecto a las matemáticas o las ciencias naturales. Sin embargo, el adelanto logrado en las matemáticas fué mayor que el logrado en las ciencias naturales y las ciencias sociales.

- Los líderes salvadoreños, opuestos a la idea de tener que depender de asesores extranjeros para dirigir su nuevo programa de televisión educativa, insistieron en que el personal local fuera el elemento principal responsable del programa desde el principio.
- En julio de 1971, los maestros salvadoreños se declararon en huelga. A pesar de que el aumento en la carga de trabajo precipitado en parte por el empleo de la televisión en la sala de clase no fue un argumento importante, algunos maestros en huelga lo mencionaron.

REFERENCIAS:

"ITV, Reform and Investment Priorities for Formal Education in El Salvador," Arthur K. Burditt III, Princeton University, Princeton, N.J., 1976 (inédito).

"Reconsidering the Use of Television for Educational Reform: The Case of El Salvador," Henry T. Ingle, en *Educational Television: A Policy Critique and Guide for Developing Countries*, Robert Arnove, editor, Praeger Publishers, New York, N.Y., 1976.

Educational Reform with Television: The El Salvador Experience, John K. Mayo, Robert C. Hornik, y Emile G. McAnany, Stanford University Press, Stanford, California, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

EDUCACION Y RECURSOS HUMANOS

MATEMATICAS POR RADIO

Nicaragua

BENEFICIARIOS:	Niños de la escuela primaria de Nicaragua
OBJETIVO:	Desarrollar un sistema prototipo para la enseñanza de las matemáticas elementales
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio, complementada con instrucción en la aulas y materiales impresos
DONANTES-PATROCINADORES:	La Oficina de Asistencia Técnica de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional; el Gobierno de Nicaragua
DURACION:	El programa fue iniciado en julio de 1973 y continuó hasta junio de 1979
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Ms. Jamesine Friend, Apdo. 122, Masaya, Nicaragua; Dra. Barbara Searle, Education Department, World Bank, 1818 H Street, N.W., # D 1818, Washington, D.C. 20433

DESCRIPCION:

El *Proyecto de Matemáticas por Radio* es un ensayo para elaborar y transmitir lecciones elementales de matemáticas que retengan el interés de los niños. Una parte del proyecto la constituye el desarrollo del plan de estudio. Otra es la creación de un método para utilizar los datos sobre rendimiento, con miras a revisar y mejorar las lecciones. Una tercera, es el análisis de las habilidades matemáticas y de los conceptos enseñados en las lecciones. Y como base de estas tres actividades, está el desarrollo de la radio como medio educativo.

El proyecto comenzó en julio de 1973. Después de seleccionar el lugar, el personal preparó un minucioso plan de investigación y sometió a prueba una muestra de las lecciones en las escuelas de California. A mediados de 1974 se organizó la oficina en Nicaragua y comenzó a producir pruebas de comprobación de resultados y procedimientos para el programa. Para 1975, se estaban utilizando 150 lecciones en 16 clases experimentales. En el verano de 1976 más de 85 clases del primer y segundo grado estaban utilizando lecciones de matemáticas por radio.

Cada lección de matemática por radio consiste en una grabación de 30 minutos de duración, seguida de una presentación hecha por el maestro con la ayuda de una guía de dos a tres páginas. Una lección típica consiste de numerosas partes de instrucción y de diversión que requieren, con excepción de algunas, un promedio de cuatro respuestas por minuto por parte de los estudiantes (escribiendo las respuestas, hablando en voz alta,

cantando). En las lecciones hay pocas explicaciones directas, abarcan muchos temas y promueven diversos tipos de respuestas. Las actividades posteriores a la retransmisión duran un mínimo de 30 minutos y requieren el uso de una pizarra. Hasta 1975 las hojas de trabajo también formaban parte de casi todas las lecciones.

RESULTADOS:

En 1975, se administró una prueba final que demostró que los niños de las clases que utilizaron la serie de matemáticas por radio, obtuvieron notas que eran un 21 por ciento superiores a las de los grupos que estudiaron las matemáticas en un ambiente de aprendizaje tradicional. La evaluación realizada en el segundo año puso de manifiesto una disparidad aún mayor entre ambos grupos. Los estudiantes de primer grado obtuvieron resultados que eran un 60 por ciento mejores que los del grupo de control, mientras que los estudiantes de segundo grado lograron una ventaja del 29 por ciento.

Al concluir el año escolar de 1975, un 73 por ciento de los maestros participantes dijeron que los niños del programa de matemáticas por radio habían aprendido más de lo que habrían logrado en las clases convencionales. Un 92 por ciento expresaron la esperanza de que continuara el programa de instrucción por radio.

Con apoyo de la AID, el *Proyecto de Matemáticas por Radio* ha sido prolongado hasta junio de 1979. En la

actualidad, se está tratando de concebir el plan de estudios, experimentándose con el uso de la instrucción por radio sin las hojas de trabajo, a fin de reducir costos y ampliar el proyecto de radio, con el fin de que se beneficien de él los estudiantes de grados superiores.

ASPECTOS QUE MERECE DESTACARSE:

- Una lección de la serie de *Matemáticas por Radio* recibió el Premio del Japón en el concurso internacional No. 11 de programas educativos, celebrado cada dos años, en el cual participaron 92 organizaciones de todo el mundo.
- El *Proyecto de Matemáticas por Radio* se amplió a petición del Ministerio de Educación de Nicaragua a fin de llevar las lecciones por radio a tres departamentos del país.
- En cada programa de radio se pidió a los estudiantes que respondieran activamente a lo que escuchaban por lo menos una vez durante cada minuto.

- En las clases se utilizan tapas de botellas y otros artículos gratuitos de uso local como ayuda para las operaciones aritméticas.

REFERENCIAS:

"*The Radio Mathematics Project: Nicaragua 1974-1975*", Barbara Searle, Jamesine Friend y Patrick Suppes, Institute for Mathematical Studies in the Social Sciences, Stanford University, 1976.

"Evaluation of the Radio Mathematics Project," Barbara Searle, Paul Matthews, Jamesine Friend y Patrick Suppes, inédito, octubre de 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

RADIO SANTA MARIA

República Dominicana

BENEFICIARIOS:	Adultos de bajos ingresos de zonas rurales y urbanas de la República Dominicana
OBJETIVO:	Proporcionar educación primaria e intermedia que sea mejor y más económica que la ofrecida por el sistema escolar tradicional
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio, materiales impresos y comunicaciones inter-personales
DONANTES-PATROCINADORES:	En su mayor parte autosuficiente con algún apoyo del Gobierno de la República Dominicana y contribuciones del sector privado
DURACION:	Iniciado en 1970; continúa aún
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Director, Radio Santa María, La Vega, República Dominicana; Dr. Robert A. White, Centre for the Study of Communication and Culture, 221 Goldhurst Terrace, London NW 6 3EP, England

DESCRIPCION:

Cuando se inauguró en 1964 bajo los auspicios de la Iglesia Católica de la República Dominicana, la *Radio Santa María (RSM)* concentró sus primeros esfuerzos educativos en un programa de alfabetización que sirvió para lograr la certificación de más de 25,000 personas adultas durante un período de seis años. En 1970 se definió el enfoque actual —después de efectuarse una evaluación de las necesidades— programas dirigidos a certificados para niveles de escuela primaria e intermedia.

Siguiendo el modelo de ECCA, Emisora Cultural de Canarias, —la escuela radiofónica que tuvo sus comienzos en España en 1965— *Radio Santa María* está basada en tres ayudas educativas: cuadernos de trabajo con textos, programas de radiodifusión, y maestros de campo. La *RSM* también está tratando de integrar los principios de la educación vitalicia —relacionando la enseñanza escolar con las necesidades de la vida real— en los programas de las escuelas tradicionales. Así, las clases de matemáticas, castellano (gramática) y estudios sociales se ilustran con “temas centrales” semanales que representan situaciones de la vida real de los campesinos. Algunos de los temas que se han usado en el pasado comprenden la explotación y la dependencia del ser humano.

Mientras que los programas diurnos y vespertinos incluyen música y programas educativos no tradicionales sobre agricultura, salud, y planificación familiar, las horas de 7:00 a 9:00 p.m. de lunes a viernes se reservan para lecciones que se califican. Durante esas horas, en que las otras cinco estaciones comerciales y religiosas

amplian su esfera de difusión, la *RSM* transmite a toda la nación. Cada noche se transmiten clases a cuatro niveles escolares; media hora para cada grado. Durante una hora de difusión se completan cuatro lecciones de siete minutos cada una. Los intervalos restantes son para la participación activa del estudiante en los estudios y para completar las hojas de trabajo. La mayor parte de la tele-enseñanza la imparte un equipo de un hombre y una mujer; interpretan los papeles del maestro y del estudiante haciendo preguntas y con una pausa antes de dar la contestación para que los oyentes tengan tiempo para contestar las preguntas en sus casas.

Los días sábados se congrega a los estudiantes de todo el país, por lo general en grupos de 20, en centros locales, donde un maestro les enseña por dos horas. Allí se recogen las hojas de trabajo (para ser corregidas y devueltas la próxima semana), se contesta a las preguntas de los estudiantes, y se discute el tema central. Además, cada estudiante compra el paquete de seis a ocho hojas de trabajo para la semana siguiente, a un costo de US\$0,25 (de los cuales el maestro recibe 15 centavos).

Según una encuesta llevada a cabo en 1975, la mayor parte de los 20,000 estudiantes matriculados en los cursos de la *Radio Santa María* anualmente son jóvenes adultos solteros de 18 años de edad cuyo potencial educativo se ve restringido por su ambiente rural. Los maestros de campo, al igual que los estudiantes, son jóvenes, pero se requiere que hayan completado varios años de educación por encima de los niveles que enseñan.

La metodología que ha elaborado la *Radio Santa María* basada en los principios de una educación vitalicia o continua rompe con la que depende de la enseñanza tradicional de memoria. El programa de estudios de la *RSM* subraya la educación como un medio que ayuda a los individuos a confrontar la vida y a sobrevivir en su ambiente. Este enfoque, enfatiza la situación social de los estudiantes, requiere que los maestros asuman la posición no tradicional de igualdad ante sus estudiantes, investigando y descubriendo con ellos más bien que impartiendo conocimientos. Se espera que mejore la auto-imagen del estudiante y su ajuste a su mundo real gracias a esta experiencia escolar.

RESULTADOS:

En 1975 se llevó a cabo un estudio de muestras estratificadas proporcionales de estudiantes adultos, que comparaba los resultados de pruebas estándar de los estudiantes de *Radio Santa María* con los de estudiantes adultos que recibieron su instrucción por métodos tradicionales. De manera general, los estudiantes radiofónicos (cuyos programas de estudios fueron adaptados para reflejar la vida rural) obtuvieron calificaciones iguales o mejores en las pruebas estandarizadas que los estudiantes que recibieron educación convencional. Los programas de estudios innovativos parecen haber estimulado a los estudiantes de la *RSM* a un mayor grado de participación en la comunidad. Los resultados de las pruebas correlacionadas con la competencia de los maestros de campo, sugiere que los maestros de campo de la *RSM* representan un refuerzo necesario para el material radial e impreso. Los estudiantes de la *RSM*, adultos que pueden aprender a un ritmo más acelerado, requieren menos tiempo en el aula. De este modo, un estudiante podrá terminar ocho grados escolares en cuatro años de estudio.

Una administración central aparentemente eficiente —un director y seis elaboradores de programas de estudio— organiza a 520 maestros de campo y 12.000 estudiantes por semestre —y los arreglos especiales relativos a edificios, radiodifusión y la compra de papel, han servido para mantener bajos los gastos de operación. El costo del sistema escolar de la *RSM* es de US\$25 por estudiante por año calendario, comparado con US\$39 por estudiante en los sistemas tradicionales de educación para adultos. Aunque el costo unitario

aumenta con un mayor número de alumnos matriculados en las escuelas tradicionales, el enfoque radiofónico funciona a la inversa. Si se matricularan 40.000 estudiantes por año en el programa de la *RSM* el costo por estudiante se estima que bajaría a menos de US\$20. Las contribuciones de los alumnos— aproximadamente US\$7 por curso, cubren el 60 por ciento del presupuesto anual de la *RSM*. Los subsidios gubernamentales y las donaciones personales cubren casi todos los gastos restantes.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Debido a que la inversión en cada curso es aproximadamente el equivalente a cuatro días de pago a la tasa del salario mínimo, los estudiantes que comprenden el alcance de las tareas que debe cumplir su maestro de campo, inmediatamente notifican a la administración central cuando un maestro no corrige las hojas de trabajo o no envía las cuotas semanales.
- A fin de que las decisiones sobre las políticas queden en manos de los coordinadores del programa, la dependencia financiera en instituciones internacionales se ha limitado únicamente al establecimiento de la estructura física. Los componentes representados por los materiales de estudio se mantienen mayormente con el esfuerzo interno.
- Los registros semanales de matrícula determinan las cuotas de impresión para la semana siguiente, evitándose así la impresión de una cantidad innecesaria de materiales impresos, y manteniendo los costos a un nivel bajo.
- La *Radio Santa María* que antes había enfocado sus programas hacia la región nor-central de Cibao en la República Dominicana, es ahora accesible a toda la república excepto para una pequeña región en la parte suroeste.

REFERENCIAS:

"An Alternative Pattern of Basic Education: *Radio Santa María*", Robert A. White, *Experiments and Innovations in Education*, No. 30, UNESCO-Paris, 1976

Clearinghouse on Development Communication
Octubre de 1977

EDUCACION Y RECURSOS HUMANOS

CAPACITACION DE MAESTROS: PROGRAMA *SITE*

India

BENEFICIARIOS:	48.000 maestros de ciencias en escuelas primarias en seis estados abarcados por el satélite ATS-6
OBJETIVO:	Mejorar la eficacia de la metodología de los maestros de ciencias, introduciendo el método científico, mejorando el contenido de los programas de ciencias, y estimulando la experimentación en el aula escolar
MEDIOS DE DIFUSION:	Satélite, televisión, materiales impresos, radio, comunicaciones interpersonales
DONANTES-PATROCINADORES:	El Centro de Tecnología Educativa (CET) en el Concejo Nacional de Investigación y Capacitación Educativa en la India
DURACION:	Con el satélite, durante el año experimental —1975-1976; continúa aún (con apoyo de otras tecnologías)
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Prof. Vijaya Mulay, Director, Indian Centre for Educational Technology, Sri Aurobindo Marg, New Delhi 110016, India; Prof. Snehlata Shukla, Sub-Director, CET

DESCRIPCION:

En agosto de 1975, la India comenzó un experimento de un año de duración en educación por medio de un satélite para difundir una variedad de programas de desarrollo por televisión. La NASA prestó a la India un satélite ATS-6, colocándolo sobre el Océano Índico, donde su "huella" cubrió seis de los 22 estados de la India. En el experimento denominado *Satellite Instructional Television Experiment (SITE)* participaron 2.400 pueblos rurales de difícil acceso. El objetivo del programa consistía en comprobar la habilidad del país para producir y utilizar la televisión educativa diseñada para cubrir temas de agricultura, salud, planificación familiar, educación primaria, capacitación de maestros y desarrollo comunitario.

El Centro de Tecnología Educativa (CET) preparó los materiales para el proyecto *SITE*: 13 películas, de 22,5 minutos de duración cada una, 12 programas radiales (de 20 minutos cada uno), instrucciones para los maestros para realizar 24 horas de trabajo experimental en el aula y materiales impresos para estudio personal. El CET también condujo sesiones de capacitación para 3000 tutores seleccionados entre los graduados en ciencias que enseñaban en escuelas secundarias o estaban matriculados en instituciones de capacitación de maestros. El CET organizó el trabajo práctico para que no se necesitaran laboratorios convencionales o materiales costosos para llevar a cabo la experimentación.

También ideó un sistema para capacitar a aproximadamente 24.000 maestros simultáneamente. Para este fin, el CET usó a 60 personas familiarizadas con la filosofía y los materiales del programa a fin de capacitar a 3000 tutores (para asegurarse de que por lo menos 2.400 estarían disponibles), quienes a su vez, estaban a cargo de la capacitación de los maestros.

Los programas de televisión, producidos en cuatro idiomas y difundidos por medio de los satélites a los receptores de los pueblos con antenas de mayor capacidad, y los programas radiales formaron la base del programa diario de capacitación. Se prepararon los materiales impresos relevantes pero su diseminación a veces resultó difícil por causa de las lluvias y de las malas carreteras. A fin de reforzar el contenido y la metodología, los maestro-instructores dirigían los debates después de las transmisiones. Se dedicaban luego dos horas y media de cada sesión a la experimentación —este énfasis se debe a que los maestros rurales, que no estaban familiarizados con la experimentación, no quieren arriesgar la pérdida de su dignidad al llevar a cabo experimentos delante del público, cuando éstos pueden fracasar. Los dirigentes del programa realizaron un esfuerzo concertado para demostrar que el método científico, descrito por el director del programa como: la observación de los hechos, el encuadrar el problema, el encontrar posibles causas y soluciones a los

problemas; la prueba de las posibilidades, y el logro de una solución— se pueden aplicar a una diversidad de situaciones.

Se subrayó una variedad de mensajes en el programa de capacitación. Los principales entre estos eran la importancia de los experimentos en las ciencias y el imbuir a los estudiantes el espíritu de la investigación científica, el hecho de que los experimentos pueden llevarse a cabo sin necesidad de un laboratorio, la propiedad de la aplicación del método científico como medio para ayudar a los niños a resolver sus problemas, la necesidad de aprovechar el ambiente en que se desenvuelve el niño en la solución científica de los problemas, y el valor de considerar el ambiente total de niño como laboratorio. También se enfatizó la importancia de aprender haciendo, la participación de la clase, el trabajo en grupo, y las visitas prácticas. Todos estos mensajes fueron presentados por medio del sistema de difusión más apropiado para cada caso.

RESULTADOS:

El CET realizó tres estudios en su proyecto de capacitación de maestros. Dos de estos estaban relacionados con los dos programas de capacitación ofrecidos en octubre de 1975 y julio de 1976; uno se llevó a cabo en una situación controlada. Cada uno de los tres estudios demostró resultados positivos en cuanto al conocimiento del contenido de la pedagogía. Estos logros variaban entre un 19 por ciento en el primer intento a un 40 por ciento en el experimento controlado. En general, las evaluaciones revelaron que los maestros de escuelas primarias se beneficiaron del programa de capacitación de manera positiva.

Además de los resultados positivos en el conocimiento y comprensión de los métodos, también se pudieron observar cambios en el comportamiento en el aula escolar. Aparentemente los maestros capacitados mediante este proyecto intentaban realizar más experimentos en sus aulas, haciendo un esfuerzo por incluir a los estudiantes en el aula. Sin embargo, continúa baja la iniciativa por parte de los alumnos para hacer preguntas.

Una vez que se difundió el éxito del proyecto, los educadores en diversas áreas donde no se ofreció esta capacitación inicialmente, han pedido los materiales y otras clases de asistencia para organizar programas similares en otros estados.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Se ha implementado un sistema de retroalimentación para recibir las observaciones hechas por los maestros

durante las sesiones de capacitación durante el año. Este sistema consiste de una correspondencia activa entre los egresados del programa y el CET. Muchos de los maestros rurales envían descripciones de sus problemas al CET, solicitando su asesoramiento. El Centro usa este material como enfoque base para programas futuros.

- Todo el material electrónico usado en el proyecto, con la excepción del satélite, fue producido en la India, como así también todo el material de programación.
- A pesar de que el satélite ATS-6 se retiró de la India en julio de 1976, todavía se usan los materiales conexos para la capacitación de maestros. La televisión ha sido reemplazada por películas, y la mayor parte de los programas de radio han sido grabados en cinta magnética.
- Los informes oficiales de los resultados obtenidos mediante los diversos componentes del programa SITE serán distribuidos por las agencias indias que participaron en el mismo. Los documentos de evaluación del programa de capacitación de maestros se distribuyen a través del CET.
- El satélite ATS-6, prestado por la NASA para el experimento SITE, genera señales de mayor voltaje que el de los satélites anteriores. Por lo tanto las estaciones terrestres son menos costosas, con antenas de fácil construcción de malla de alambre de 3 metros de diámetro. En consecuencia, para el gobierno indio el costo de las estaciones terrestres ha sido relativamente bajo.
- El satélite ATS-6 es el sexto y último de una serie de satélites estadounidenses diseñados para probar, entre otras cosas, la difusión de programas educativos a poblaciones rurales dispersas. En 1974 se usó el satélite en un experimento de un año de duración para proporcionar servicios médicos en Alaska. Proporcionaba comunicaciones televisadas entre dos clínicas remotas, un hospital de campaña y un hospital al cual se referían los pacientes.

REFERENCIAS:

"SITE in India: High Learning Gains, Low Overhead", *Development Communication Report*, No. 19, julio de 1977.

Entrevista efectuada por representantes del Clearinghouse con los Profesores Vijaya Mulay y Snehlata Shukla, el 7 de mayo de 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Enero de 1978

EDUCACION Y RECURSOS HUMANOS

CENTRO DE ENSEÑANZA A LARGA DISTANCIA DE LESOTHO

Lesotho

BENEFICIARIOS:	Los Basothos (ciudadanos de Lesotho), principalmente aquellos que viven en el campo
OBJETIVO:	La utilización de métodos de enseñanza a larga distancia para diseminar la educación práctica en Lesotho y colaborar con otras organizaciones dedicadas a la educación y al adiestramiento
MEDIOS DE DIFUSION:	Materiales impresos y la radio, reforzados mediante la comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	Gobierno de Lesotho; el Programa de Capacitación para Lograr la Autosuficiencia (Banco Mundial); el International Extension College; el Servicio Universitario Mundial; Educación Mundial; Ayuda Cristiana; el Gobierno de Irlanda; el Gobierno de Dinamarca; UNICEF; la Organización de Cooperación Internacional de Holanda; el Fondo Internacional para el Intercambio Universitario y la Agencia de Servicios Personales en el Extranjero
DURACION:	Se estableció en 1974 y sigue en curso
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Director, Lesotho Distance Teaching Centre, P.O. Box MS 781, Maseru, Lesotho; James Hoxeng, DS/EHR, Agency for International Development, Washington, D.C. 20523, U.S.A.

DESCRIPCION:

El Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho (LDTC) fue diseñado y establecido en 1974 por el International Extension College, a solicitud del Ministerio de Educación de Lesotho. El Centro funciona primordialmente como una escuela por correspondencia, que suministra cursos por radio y materiales impresos para estudiantes que no pueden o que no quieren asistir a clases convencionales; no obstante, también funciona como agencia de servicios sociales. Los objetivos principales del Centro consisten en utilizar el talento y los recursos autóctonos, mantener la flexibilidad institucional, ayudar en la solución de problemas locales, y participar en todos los aspectos posibles de la vida comunitaria.

El Centro consta de varios departamentos, a saber: Administración y Finanzas, Investigación/Redacción/Revisión, Diseño, Producción y Radio. Por lo general, todos estos departamentos participan en cada uno de los proyectos, de manera que todos los miembros del personal poseen conocimientos sobre la gama completa de actividades del Centro. Estas actividades corresponden a cuatro tipos básicos diferentes pero que están relacionados entre sí. El primer grupo de actividades corresponde al diseño y producción de materiales adaptados a la enseñanza encargados por las diversas organizaciones públicas y privadas (por ejemplo, la Oficina de Estadísticas, la Asociación de Planificación Familiar de Lesotho y el Servicio de Auxilio Católico). Este tipo de actividad generalmente requiere que la

organización interesada colabore en la identificación de las necesidades, mientras que el Centro (actuando en calidad supervisora) proporciona asesoramiento y calcula los costos antes de emprender las labores de capacitación o de diseño y prueba de los materiales. El segundo grupo consiste en las actividades encaminadas a ayudar a los estudiantes a estudiar por su cuenta para que puedan obtener certificados correspondientes al nivel del ciclo básico o "junior" (después de tres años de educación secundaria) y al nivel "O" (luego de cinco años de educación secundaria). El Centro ofrece cursos en matemáticas modernas, contabilidad y comercio, inglés y agricultura. Los cursos requieren la utilización de materiales impresos, transmisiones radiales, sesiones de instrucción intensiva durante los fines de semana, suministrados en forma separada o conjunta. El tercer tipo de actividad —todavía en su etapa preliminar— consiste en abordar las necesidades educacionales de los jóvenes que han abandonado los estudios (varones en su mayoría). Los primeros esfuerzos realizados en este sentido incluyen el desarrollo de juegos dirigidos a mejorar los conocimientos en materia de lectura y aritmética; la realización de encuestas e investigaciones básicas para identificar las necesidades y los problemas de este grupo; así como la preparación de una propuesta (la cual UNICEF ofreció respaldar en parte) para el diseño de materiales de enseñanza dirigidos a éste y otros grupos semejantes. El cuarto tipo de actividad es a la producción de folletos sobre temas de índole práctico,

tales como la preparación de alimentos y primeros auxilios, para su distribución entre las personas adultas de las zonas rurales. El *Centro* cobra por todos sus servicios, generalmente en forma simbólica (US\$0.05 en el caso del libro de cocina); no es el lucro lo que se trata de obtener sino la autosuficiencia.

El *Centro* se esfuerza en hacer que las escuelas públicas utilicen su material. Aconseja a los maestros de enseñanza primaria poco capacitados a que se inscriban en los cursos para obtener el certificado al nivel básico y les ofrece precios más favorables. Se les han distribuido, asimismo, a los maestros de enseñanza primaria, a título experimental, tres de los juegos educativos de reciente creación. Al nivel secundario, los maestros que también actúan como tutores del *Centro* afirman, de manera unánime, que el entrenamiento y el material instructivo que reciben en el *Centro* mejora su desempeño en clase. Además, algunas escuelas secundarias han incluido en sus bibliotecas el material de enseñanza del *Centro* para el certificado "junior", y otras han incorporado los programas de radio del *Centro* en la programación de sus cursos regulares.

A partir de 1976, el *Centro* ha pasado paulatinamente a trabajar bajo el patrocinio del gobierno. El *Centro* —que oficialmente es actualmente un proyecto del Ministerio de Educación— cuenta con un porcentaje cada vez mayor de personal Basotho de alto nivel administrativo y ha adquirido una nueva sede en los terrenos universitarios del Instituto Politécnico Lerotholi.

RESULTADOS:

El *Centro* le asigna más tiempo y otros recursos a la identificación de las necesidades del público beneficiario, que a la evaluación de los resultados finales de sus productos. Cuando se efectúa una evaluación suele hacerse proyecto por proyecto, y los informes de mucho interés y cuidadosamente elaborados (a disponibilidad del público por el precio de los sellos postales) sirven de guía a otros diseñadores de programas de educación y desarrollo. Una revista de estos informes ofrece una idea de los métodos de investigación, las prioridades y la amplitud de los intereses del *Centro*; pero no suministra una medida exacta del impacto producido por el *Centro*.

Se ha evaluado un pequeño número de proyectos del *Centro*, en términos cuantitativos. Por ejemplo, un cuestionario que completaron las enfermeras de las clínicas patrocinadas por el Servicio de Auxilio Católico, reveló que para abril de 1976 se había vendido 20.000 ejemplares del libro de cocina preparado por el *Centro* a solicitud del Servicio Católico; que las enfermeras eran de la opinión de que dichos libros debían distribuirse a todas las mujeres (no sólo a las pacientes de las clínicas); que debían incluirse más recetas; que una mayor proporción de ellas debían incluir ingredientes de producción casera y que debían ser recetas más fáciles de preparar. (Una encuesta paralela de las personas que

habían comprado el libro confirmó estos resultados, los que sirvieron de base para una segunda edición revisada de 10.000 ejemplares).

El personal del *Centro* que constaba de seis empleados en 1974, aumentó a cuarenta para 1977. En los mismos años, el número de proyectos a su cargo durante un año, aumentó de uno en 1974 a cuatro en 1977. De igual manera, su situación económica se ha vuelto más sólida: en el primer año de actividades, el balance de sus saldos acreedor y deudor ascendía aproximadamente a US\$30.000; y al finalizar el tercer año, su presupuesto operacional había aumentado en un factor de cinco y contaba con un pequeño excedente con el cual iniciaron el nuevo año. En la inscripción estudiantil en cursos de todos los tipos se observó un incremento de 50 en 1974 a 840 en 1977, y el número de agencias a las cuales el *Centro* suministraba servicios por contrato aumentó de dos a diez. Cerca de 20.000 folletos fueron distribuidos entre personas y grupos durante el año 1977.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- El REKA "De Compras", (basado en un juego denominado "Mercado", creado por la Universidad de Massachusetts), es uno de los juegos desarrollados por el *Centro* para fomentar los conocimientos de aritmética. Consiste de dos paquetes de tarjetas, uno representa dinero y el otro mercadería de uso común. El mismo se puede jugar a dos diferentes niveles de dificultad; uno de ellos generalmente ocasiona discusiones a gritos, aunque no en serio, entre el jugador que representa el papel de "vendedor" y los "consumidores".
- El *Centro* lleva a cabo investigaciones relacionadas con sus actividades. Sus publicaciones típicas incluyen, "Ensayo sobre la mejor manera de presentar una lección por correspondencia", "El Alfabetismo en Lesotho" y "Un Experimento con la Radiodifusión Educativa". Una de las principales publicaciones es "Compresión del Material Impreso", que constituye la continuación del trabajo iniciado por Holmes, Fuglesang y otros sobre la manera en que la población rural percibe las ilustraciones y los textos impresos.
- Uno de los problemas que el *Centro* confronta continuamente es de índole económica durante el tiempo que transcurre hasta el recibo de los fondos correspondientes a proyectos que han sido aprobados.
- El *Centro* ha diseñado e impreso manuales, una hoja informativa y un afiche a solicitud de especialistas del Proyecto de Desarrollo Rural de Thaba Bosiu a cargo de la comercialización de semillas mejoradas y fertilizantes en las zonas rurales de Lesotho. Desarrolló, asimismo, para el proyecto, ocho mensajes radiales de un minuto de duración y elaboró un breve informe de evaluación sobre el rendimiento total.

REFERENCIAS:

Informes sin título, Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, 1976 y 1977.

Understanding Print, Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, julio de 1976.

Growth Centers in Lesotho, Elize Moody, Communication of the Africa Institute, No. 29, Pretoria, 1975.

Catholic Relief Services Booklet Evaluation, Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, enero de 1977.

Games to Learn By, Centro de Enseñanza a Larga Distancia de Lesotho, sin fecha.

Clearinghouse on Development Communication
Enero de 1978

EDUCACION Y RECURSOS HUMANOS

UNIDAD DE CURSOS POR CORRESPONDENCIA

Kenia

BENEFICIARIOS:	Maestros kenianos de educación primaria, empleados gubernamentales, personal de organismos privados y otros adultos
OBJETIVO:	Suministrar capacitación en servicio a los maestros que no están suficientes o debidamente calificados así como a otras personas adultas que necesiten preparación adicional
MEDIOS DE DIFUSION:	Materiales impresos, la radio y la comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	El Gobierno de Kenia, la Universidad de Nairobi y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (hasta abril de 1971)
DURACION:	Fue iniciada en 1967 y sigue en curso
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Peter Kinyanjui, Correspondence Course Unit, Institute of Adult Studies, University of Nairobi, P.O. Box 30688, Nairobi, Kenia; Simeon Ominde, Educational Department, University of Nairobi

DESCRIPCION:

La *Unidad de Cursos por Correspondencia (CCU)* fue propuesta en 1964 e implantada en 1967, cuando ya era evidente que el programa de capacitación de maestros de Kenia en el período posterior a la independencia no lograba satisfacer la creciente demanda existente en el país de maestros calificados. Luego de que la Comisión de Educación de Kenia llevó a cabo una evaluación de las necesidades, se decidió que la CCU le otorgaría la más alta prioridad a los cursos diseñados para elevar el nivel de competencia de los maestros de educación primaria —de los cuales más de una cuarta parte (10,500 de un total de 38,000) carecían cuando menos de algunas aptitudes profesionales y de las credenciales necesarias para capacitarlos a fin de que pudieran obtener promociones. A estos cursos, que en Kenia se denominaron Cursos Preparatorios para el Examen de la Escuela Secundaria Elemental (KJSE), se sumó en 1969 otra serie de cursos para maestros que no tenían entrenamiento alguno; los cursos para maestros no titulados (UQT) que comprenden una fase preliminar de capacitación en métodos pedagógicos y una fase secundaria dedicada a mejorar sus conocimientos del idioma inglés, matemáticas y de historia o de geografía. Los maestros que toman parte en el programa KJSE estudian en privado a tiempo parcial hasta aprobar exámenes en cinco materias. Las personas que reciben los cursos para maestros no titulados asisten a tres sesiones cortas que durante el primer año se llevan a cabo en los feriados escolares y estudian por su cuenta a tiempo parcial durante el segundo período. Los maestros que no han recibido entrenamiento alguno solamente necesitan aprobar exámenes en tres materias.

Cada curso por correspondencia consta de cuatro componentes. El primero consiste de diversos materiales impresos — guías de estudio, textos, mapas, etc. complementados con instrumentos y equipos para efectuar experimentos científicos sencillos. La radio, al reitirar y suplementar el contenido de las gráficas, constituye el segundo componente; mientras que la correspondencia que se mantiene con los profesores universitarios y de enseñanza secundaria, quienes califican el trabajo escrito, constituye el tercero. El último componente es la enseñanza directa, la mayor parte de la cual se imparte en el Instituto de Educación de Adultos de la Universidad de Nairobi, durante las vacaciones escolares.

La relación entre el uso de la radio y el material impreso la determina el mismo estudiante de los cursos por correspondencia. Las primeras cinco horas de educación transmitidas por radio cada semana están dirigidas a los estudiantes más lentos que necesitan una segunda oportunidad para poder captar el sentido del material. El instructor que enseña por la radio ayuda a estos estudiantes al resumir y destacar los puntos importantes del material, con frecuencia anticipando las preguntas de los estudiantes y proporcionándoles ejemplos y explicaciones adicionales. Los estudiantes que se sienten satisfechos con su dominio del material educativo, (algo que pueden determinar mediante los ejercicios de auto-examen que han sido incluidos en las guías de estudios), pueden prescindir de las transmisiones radiales. La radio, sin embargo, ofrece un servicio indispensable tanto para los estudiantes lentos como

para los que captan rápidamente: suministra la pronunciación correcta a los estudiantes del idioma, fomenta la afinidad entre profesores y estudiantes en un medio de enseñanza que de otro modo carecería relativamente del elemento humano, y, además, proporciona un descanso por medio de la música. Las radiotransmisiones de la *Unidad de Cursos por Correspondencia* a través de la Voz de Kenia han logrado, en efecto, atraer a un gran público secundario (personas que no están inscritas en los cursos), el cual se calcula entre 300.000 y 800.000 adultos, lo que ha hecho que los cursos tomen las medidas tendientes a satisfacer estas necesidades.

Los programas de capacitación en servicio para maestros de enseñanza primaria continuarán en aumento, ya que desde 1974 la educación primaria en Kenia es gratuita. Aunque el número de maestros de enseñanza primaria sin título había bajado a 12.000 a fines de 1973, se requería para 1976, el empleo de aproximadamente 25.000 maestros de esta categoría (además de todos los maestros calificados con quienes se podía contar). A pesar de que el Plan de Desarrollo de Kenia de 1974-78 recomienda la adopción de un curso intensivo (conocido como el "programa de capacitación de maestros 1 + 2") para satisfacer estas nuevas necesidades, también especifica que "los cursos por correspondencia y los programas de radio deberán seguir siendo los instrumentos de la enseñanza fuera de la escuela."

RESULTADOS:

Una evaluación del programa de la CCU en los primeros cinco años, efectuada por una persona externa al programa en base a los datos extraídos de un cuestionario, demostró que aproximadamente el 60 por ciento de los problemas que experimentaban los estudiantes en relación con sus estudios eran de índole ambiental. Estos obstáculos incluían la falta de tiempo o de un lugar adecuado para estudiar, problemas personales y problemas de familia. En contraste, solamente un 10 por ciento experimentaba dificultades pedagógicas. La misma persona que efectuó la evaluación fijó el coeficiente de deserción escolar entre un 15 y un 25 por ciento, en comparación con un 70 por ciento correspondiente a los estudiantes de cursos por correspondencia originados en el extranjero y disponibles en Kenia.

A partir de 1968, los resultados obtenidos por todos los estudiantes que toman los exámenes para el KJSE han sido objeto de una comparación. Esta ha demostrado que los participantes en los cursos de la CCU generalmente obtienen mejores calificaciones que otros estudiantes examinados. Por ejemplo, en 1970, cuando el promedio de personas que aprobaban el examen era de un 15 por ciento, el 51 por ciento de los estudiantes del CCU que se sometieron al examen lo aprobaron.

De igual modo a principios de 1970 se llevó a cabo una evaluación del programa de capacitación de maestros no titulados, con el propósito de establecer si los egresados del programa podían competir académica y profesionalmente con los egresados de establecimientos docentes. Al efectuar una encuesta de los graduados del UQT, los investigadores determinaron que el 99 por ciento de ellos sentían que su desempeño en el aula había mejorado gracias al entrenamiento recibido de la CCU. Ello fue corroborado al hacer una encuesta entre los

supervisores de los maestros graduados del UQT, quienes informaron que el 95 por ciento de los profesores habían progresado en gran medida profesionalmente. A su vez, los estudiantes de los profesores recién entrenados también obtuvieron mejor rendimiento que sus compañeros en los exámenes a nivel nacional.

A pesar de estos resultados positivos, el programa no puede calificarse como todo un éxito hasta tanto no se estudie más a fondo la competencia de los egresados observada en el aula. Sigue, además, en tela de juicio el que los cursos por correspondencia constituyen el mejor método de enseñanza para los maestros.

ASPECTOS QUE MERECE DESTACARSE:

- La CCU cuenta con sus propias instalaciones para imprimir, duplicar, encuadernar y enviar por correo los materiales del curso. Sus instalaciones incluyen también un estudio para grabaciones y un pequeño laboratorio científico.
- El resultado de una encuesta realizada en 1968 indicó que un 90 por ciento de las personas inscritas en la CCU eran maestros. El 10 por ciento restante eran, entre otros, oficinistas, amas de casa, agricultores y miembros de la policía y de las fuerzas armadas.
- La inscripción en la CCU permanece abierta todo el año y a los estudiantes se les permite trabajar más o menos a su propio ritmo o conveniencia.
- El tipo de estudiante de la CCU, por lo general, tiene entre 21 a 40 años de edad, es casado, es responsable por más de cuatro hijos u otros dependientes; probablemente no cuenta con una radio o muchos libros, ni compra el periódico regularmente, y puede que tampoco tenga electricidad en su casa.
- En vista del éxito obtenido por la CCU, varias organizaciones de Kenia han decidido auspiciar conjuntamente un experimento que hará uso de varios medios de difusión tales como la radio, el cine y la prensa, además de grupos de discusión organizados en las zonas rurales. De llegar a ser un éxito, este programa piloto se convertirá en un programa nacional a largo plazo.
- La CCU también ofrece cursos para estudiantes ciegos. Ellos pueden recibir los programas grabados en cintas y el material impreso en Braille.
- Nunca se ha dado el caso de que alguno de los graduados de la CCU haya cambiado de profesión después de haber terminado el curso.
- El uso de la radio en este programa representa, por un lado, la continuación de la tradición oral en África y, por el otro, una ventaja sobre el contenido obsoleto y ajeno de los cursos que ofrecen las escuelas por correspondencia norteamericanas y británicas en África Oriental.

REFERENCIAS:

"In-Service Training of Teachers Through Radio and Correspondence in Kenya", Peter E. Kinyanjui, *Radio for Education and Development*, Volume I, World Bank Staff Working Paper No. 226, Spain, Jamison and McAnany, editors, May 1977.

Correspondence Education in Africa, Kabuasa and Kaunda, eds., Routledge Kegan Paul, Ltd., 1973.

Clearinghouse on Development Communications
Enero de 1978

(Aunque el procedimiento normal del Clearinghouse consiste en pedir a las personas íntimamente relacionadas con los proyectos descritos en esta serie que revisen el borrador de los *Perfiles*, en este caso resultaron infructuosos los esfuerzos realizados para obtener tales comentarios antes de la fecha límite para su publicación.)

EDUCACION Y RECURSOS HUMANOS

ACCION CULTURAL POPULAR HONDUREÑA

Honduras

BENEFICIARIOS:	Campesinos analfabetos y semialfabetos de Honduras
OBJETIVO:	Inicialmente, enseñar a los campesinos a leer y escribir y proporcionarles información relacionada con el cuidado de la salud y el desarrollo de la comunidad; mas adelante implantar un programa de educación agrícola y ayudar a los campesinos a organizarse política y socialmente
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio y materiales impresos
DONANTES-PATROCINADORES:	El Movimiento Social Cristiano
DURACION:	Comenzó en 1960 y aún continúa
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Prof. Vilma de Pacheco, Acción Cultural Popular Hondureña, Apartado C-24, Tegucigalpa, Honduras; Dr. Robert A. White, Centre for the Study of Communication and Culture, 221 Goldhurst Terrace, London NW 6 3EP, England

DESCRIPCION:

La *Acción Cultural Popular Hondureña (ACPH)* constituye no sólo el instrumento educativo del movimiento de autodesarrollo campesino de Honduras llamado Movimiento de Promoción Popular (MPP) sino que también está vinculada a las escuelas por radio de la ACPO de Colombia. La *ACPH* tuvo sus comienzos en 1960 cuando el sacerdote hondureño, P. José Molina, regresó de un breve entrenamiento en la ACPO y ayudó a organizar una escuela por radio a título experimental en las cercanías de Tegucigalpa. A pesar de que actualmente la escuela está bajo la supervisión de una junta directiva laica, ésta ha dependido en gran medida del sistema parroquial que la originó y del poder de motivación que ejerce el púlpito en su esfuerzo por diseminar el alfabetismo y la información.

Durante los primeros años la *ACPH* era esencialmente un trasplante de la ACPO y los libros de texto del sistema *ACPH* eran una adaptación de los modelos colombianos. Al igual que su prototipo, la *ACPH* hizo un llamado de ayuda a los sacerdotes de las zonas rurales para poder iniciar la alfabetización de adultos. Estos sacerdotes de la localidad seleccionaron de entre las familias campesinas de cada comunidad a un maestro auxiliar voluntario o "monitor". Los monitores fueron, a su vez, entrenados para reclutar a los estudiantes, organizar las clases, ayudar a los profesores titulares a supervisar el trabajo de los estudiantes y a enviar informes mensuales sobre la asistencia y el progreso de los alumnos. Dichos monitores también se hicieron cargo de los textos, radios, y otros materiales didácticos.

En 1964, cuando el número de alumnos matriculados ascendía a casi 15.000 y las escuelas habían estado

abiertas por un período lo suficientemente largo como para poder hacer una evaluación que reflejara un éxito significativo, la *ACPH* cambió el énfasis de sus programas, que consistía de campañas para promover el alfabetismo y el desarrollo comunitario a corto plazo, hacia la formación de organizaciones locales de los campesinos más pobres para ayudar a estos "desheredados" a adquirir mayor fuerza o influencia política y económica. La enseñanza de la lectura y la escritura continuaba formando parte del programa de estudios; sin embargo, a estos cursos académicos se sumaron programas orientados al desarrollo de actitudes y capacidades que les permita al campesinado organizarse y actuar de manera responsable con miras a mejorar su propio bienestar social y económico. Las palabras claves de estas actividades de concientización fueron "participación" y "liderazgo democrático".

A fines de la década de los años 60 y a principios de la década de 1970, la *ACPH* dió un paso más hacia el igualamiento de la educación de adultos y la "politización", (o concientización política de los campesinos). Las escuelas por radio adoptaron la táctica psicosociológica de Paulo Freire en cuanto a la autorealización personal y comunitaria. A la concientización, la enseñanza de conocimientos prácticos fundamentales y la identificación de líderes indígenas, se añadió un cuarto mandato: la formación de organizaciones campesinas a nivel regional y nacional que pudiesen tratar con los organismos o las dependencias gubernamentales. Parte del impulso en pro de las actividades de organización provino de parte de miembros del Movimiento Social Cristiano — estudiantes universitarios y profesionales

jóvenes que poseían conocimientos de agronomía, educación o ciencias económicas — quienes habían entrado a formar parte del MPP en 1970.

En 1972 tuvo lugar un nuevo cambio en el enfoque de las actividades de la ACPH, que consistió en la inclusión de un programa de educación primaria con una duración de cuatro años y que permitía la obtención de un diploma respaldado por el Ministerio de Educación de Honduras. En 1977, la ACPH introdujo un programa de educación agrícola que contaba con los servicios de agrónomos paraprofesionales y utilizaba medios de comunicación que permitían poner la tecnología agrícola a disposición del pequeño agricultor de las comunidades remotas.

RESULTADOS:

Los resultados de las actividades de la ACPH han sido evaluados no sólo por su propio personal sino también por evaluadores profesionales externos. Mediante un estudio elaborado por observadores ajenos al programa a mediados de los años 60, se logró concluir que el número de alumnos inscritos era muy alentador pero que, no obstante, un número de factores (entre ellos el hecho de que no existía ningún obstáculo que impidiera el que alumnos que sabían leer y escribir tomaran el curso y se sometieran a exámenes, que no se llevaba ningún control del número de estudiantes que repetían el año; y, que se rumoraba que al tomar los exámenes había "cooperación" entre los alumnos y las personas que los administraban) dificultaron tanto la evaluación de los aspectos cualitativos como cuantitativos del programa de alfabetización. En el estudio también se identificaron aspectos tales como la distribución de la población dispersa, la falta de tiempo libre para poder estudiar, los escollos o problemas administrativos y las condiciones climáticas adversas, que también constituyeron obstáculos para determinar el impacto del programa.

Una evaluación más profunda efectuada por un estadounidense en 1971, sobre la base del análisis de una muestra estratificada de 794 estudiantes de la escuela por radio, confirmó que seguían existiendo los impedimentos socio-económicos que habían sido identificados en el estudio anterior y cuestionaba el valor que en realidad tiene la alfabetización para los campesinos que cuentan con poco material para leer y poco tiempo para leerlo. Mediante dicho estudio se determinó que cerca de 108.000 estudiantes se inscribieron en la ACPH entre 1961 y 1970; que de esa cifra casi 18.000 se sometieron a exámenes y los aprobaron por lo menos una vez; y, que solamente dos terceras partes de los que tomaron el examen realmente adquirieron conocimientos funcionales mínimos (definidos como la habilidad de reconocer una serie de palabras, identificar las palabras que correspondan a determinadas figuras, escribir su nombre, y escribir las respuestas a una o dos preguntas acerca de algún pasaje).

La imagen que proyecta el segundo estudio de las actividades de concientización y organización que llevan a cabo la ACPH y el MPP es mucho más clara que la del programa de alfabetización. La ACPH ha implantado un sistema de comunicaciones para el desarrollo que ha hecho posible la construcción de cientos de escuelas rurales y de muchos sistemas de suministro de agua en

estas zonas. Ha servido, asimismo, de base para la organización de grupos femeninos, cooperativas de consumo, 300 grupos de producción agrícola, y muchos grupos de presión formados por campesinos locales dedicados a la recuperación de las tierras.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Los programas de alfabetización son transmitidos seis días a la semana para cada año escolar que dura de siete a ocho meses. Las clases más avanzadas son transmitidas a media tarde y las lecciones para principiantes al atardecer. Los grupos se reúnen en casas, salones de clase o en los corredores de las parroquias.
- En 1970, se calculó que un 30 por ciento de los campesinos que seguían los cursos de alfabetización no tenían nada que leer en sus casas. A diferencia de la ACPO, la ACPH no ha publicado libretos ni periódicos de bajo costo que los campesinos puedan leer en sus hogares.
- La ACPH es uno de los pocos sistemas de enseñanza por radio de Latinoamérica que ha adaptado el método psicosociológico (originalmente diseñado para la enseñanza directa) a la enseñanza por radio.
- La ACPH utiliza, en combinación, los servicios de campesinos para profesionales, la radio, promotores agrícolas voluntarios y un sistema de parcelas modelos para hacer demostraciones de tecnología agrícola, a un costo reducido, para los pequeños agricultores de las comunidades que se encuentran en las montañas más lejanas.
- Los programas de la ACPH, tanto de educación básica como agrícola forman parte de un sistema integral de organismos privados dedicados al desarrollo rural, que incluye cooperativas de consumo y comercialización, una federación nacional de mujeres campesinas, una institución de crédito agrícola y grupos campesinos de presión.
- La ACPH está desarrollando un programa de educación primaria por radio al cual está integrada la educación agrícola y consiste de unidades breves de un mes a seis semanas de duración que ofrecen flexibilidad.

REFERENCIAS

- "Mass Communication and the Popular Promotion Strategy of Rural Development in Honduras," Robert A. White, *Radio for Education and Development: Case Studies*, Vol. II, World Bank, mayo de 1977.
- "An Evaluation of the Rural Development Potential of the Radio School Movement in Honduras," Robert A. White, Centro Loyola and Department of Anthropology and Sociology, St. Louis University, octubre de 1972.
- "The Radio Schools of Honduras," Jack Lyle with Joel Martins and Jacques Torfs, *New Educational Media in Action: Case Studies for Planners*, UNESCO, 1967.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1978

TELE-NIGER

Niger

BENEFICIARIOS:	Niños nigerinos entre los siete y los doce años de edad (aproximadamente 700 niños durante la fase piloto y 9,000 en 1975)
OBJETIVO:	Suministrar a los niños de las zonas rurales una educación que los prepare para la vida rural y que, en términos generales, fomente el desarrollo rural y evite la migración urbana
MEDIOS DE DIFUSION:	Televisión, material impreso y comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	El gobierno francés (hasta 1971) y el gobierno nigerino
DURACION:	Fue formulado en 1963, implantado en 1964; y sigue en curso
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	L. Theresa Silverman, Brookdale International Institute P.O. Box 801, Stony Brook, NY 11790 U.S.A.; Max Egly, L'Agence de Coopération Culturelle et Technique, 19 Avenue de Messine, 75008 Paris, France

DESCRIPCION:

Con el mandato en materia de educación que emitiera la Reunión de Ministros Africanos de la UNESCO todavía fresco en la memoria de los que toman las decisiones y con únicamente un 5% de los niños en edad escolar asistiendo a clases durante ese año, Niger inició una evaluación de su sector educacional, cuyo resultado lo movió a solicitar la ayuda de Francia para la reforma y expansión de los servicios educacionales existentes. En 1963, se encaminaron las consultas entre representantes de las dos naciones, y ya para 1966 *Télé-Niger* era una realidad para los 22 monitores y cerca de 700 niños que participaron en la fase experimental. Diseñado para poner a prueba la eficacia de la "educación activa" en un lugar caracterizado por la falta de recursos económicos, capacitación técnica, equipamiento y profesores entrenados, el proyecto refleja la intención de Niger de satisfacer las necesidades educacionales de la población rural sin convertir la educación en un pasaporte que permita la emigración a las ciudades con excedentes de población, ni en un molde para un estereotipo agrícola. Las metas del proyecto —en términos pedagógicos— son: ruralización, integración y dinamismo.

Se seleccionó la televisión como medio principal para difundir la educación, entre otras razones porque contrarresta la necesidad de contar con maestros altamente capacitados, tiene capacidad para ofrecer cobertura de manera sistemática aún a las zonas más remotas; es democrática en cuanto a que todos los niños en el aula tradicional reciben enseñanza de la misma calidad y en cuanto a que los "maestros por televisión" no pueden expresar favoritismos. Además, el gobierno francés ofrecía y disponía de la asistencia técnica que se requiere para un actividad televisada. Otro factor relacionado con la utilización de la televisión fue que en

Niger, la misma constituía entonces la última novedad y esto fue explotado de manera creativa y beneficiosa; aunque aparentemente este aspecto no fue decisivo durante las etapas de planificación del programa.

La presencia de un monitor en cada aula constituye un elemento clave del programa *Télé-Niger*. Los monitores, luego de someterse a diez semanas de capacitación en servicio, cursos semianuales de actualización de siete a diez días de duración cada uno, después de reuniones periódicas con consejeros y de presenciar transmisiones televisadas de corta duración con miras a una mejor comprensión de las lecciones y sus funciones, se encuentran preparados para contestar las preguntas de los alumnos y hacer frente a las crisis características de un aula escolar. Con todo, resulta evidente que el monitor no necesita ser un profesional altamente capacitado, ya que la utilización de personal calificado cuando el personal semi-calificado resulta más que suficiente, anularía una parte del objetivo del proyecto. Más importante aún, los monitores, como grupo, han sobrepasado en gran medida las expectativas de los que diseñaron el proyecto y los contrataron; debido, posiblemente a que la falta de ideas preconcebidas por parte de los monitores les permitió actuar con gran amplitud de criterio y empirismo de desempeñar su función de apoyo en el aula.

La producción de los programas de televisión —que inicialmente estuvo a cargo de los expertos franceses— se lleva a cabo en estudios situados en Niamey. El equipo de producción es bastante sencillo —consiste de equipo de videograbación, cámaras, salas de trabajo, depósitos, transmisores y otros equipos— aunque los méritos de la producción han impedido que, tanto los

especialistas en educación como los técnicos, caigan en la rutina. Los componentes de cada programa (actividades manuales, juegos, historietas, ejercicios escritos, etc.) varían diariamente, y el esfuerzo que entraña mantener al profesor de matemáticas informado sobre las actividades que el profesor de francés o de geografía está llevando a cabo, puede ser agotador. Este esfuerzo, sin embargo, produce frutos y, algunos aspectos de las producciones han sobrevivido la evolución y la constante experimentación, como el programa de variedades pedagógicas, la repetición diversificada, el repaso por medio de anuncios concisos sobre conceptos que ya han sido estudiados. Cada lección se percibe no sólo como un componente que se explica por sí mismo, sino también como parte de un programa de instrucción más amplio, los cuales han demostrado su valor y su durabilidad.

RESULTADOS:

Nunca se ha efectuado una evaluación rigurosa de todos los aspectos del proyecto *Télé-Niger*, debido, en parte, a que desde el principio, se le asignó menos prioridad a la investigación que a la producción y, en parte, a que tampoco se asignó un grupo de control, en los primeros días del proyecto, mediante el cual se podía efectuar una comparación. No obstante, personas ajenas al proyecto han efectuado varios estudios en pequeña escala y se ha llevado a cabo de manera rutinaria la investigación formativa intramuros desde el inicio del proyecto. Los componentes claves de esta investigación interna han sido descripciones antropológicas de la cultura local elaboradas por el personal extranjero, estudios de la manera en que los niños nigerinos reaccionan ante la imagen gráfica, entrevistas con los niños de las aldeas, observaciones anotadas sobre la dinámica del aula, e información recogida del trabajo escrito de los participantes en el proyecto *Télé-Niger*.

Lo que se ha podido establecer, para satisfacción del personal de *Télé-Niger*, es el hecho de que las clases por televisión no experimentan los problemas característicos de una clase nigerina tradicional: como son la poca asistencia, altas tasas de deserción escolar y la alta incidencia de repetición de cursos. La tasa de deserción escolar al nivel primario, correspondiente a la década del 60, por ejemplo, llegó a ser de un 40% mientras que 674 de los 716 estudiantes inscritos en las clases de *Télé-Niger* en 1966, terminaron el ciclo de cuatro años en 1970 (lo que arroja una tasa de deserción de menos del 6%). De igual modo, a los niños les gustaba asistir a las clases; un experimento, que duró una semana y en el que las clases no tuvieron monitores, reveló que la asistencia y la atención estudiantil permanecieron altas aún en una clase sin supervisión. Un estudio posterior efectuado por la UNESCO, corroboró los siguientes resultados: se determinó que el contenido, si no el lenguaje, de las transmisiones era verdaderamente local; que la programación fomentaba tanto la adquisición de experiencias como la de conocimientos; que la televisión, como medio de difusión, fue explotada de manera positiva y creativa; y, que el proyecto utilizó muy acertadamente los

servicios de personas semicapacitadas en los salones de clase. Y finalmente, el proyecto se extendió hasta llegar a incluir cerca de 9.000 estudiantes (algunos procedentes de las zonas urbanas) y ha quedado completamente a cargo de funcionarios nigerinos.

Los problemas identificados en diversos estudios se relacionan con el uso del idioma francés en las transmisiones y con la calidad de la enseñanza impartida a los estudiantes en las clases televisadas. Particularmente, el desempeño de los estudiantes por televisión no fue tan bueno como el de los estudiantes de las aulas convencionales en cuanto a los exámenes uniformes de matemáticas y gramática. Con el propósito de mitigar este problema, se añadió un quinto año al programa de estudio televisado en 1970.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Con excepción de la simple toma de fotografías, se evitó el uso de cualquier otra técnica hasta que los niños se acostumbraron al medio. Las tomas de primer plano, tomas de ángulo visual, recorte, y otras técnicas modernas fueron introducidas de manera gradual, de manera que los estudiantes no se vieran obligados a tener que abordar de pronto un lenguaje visual desconocido.
- El interés en el mensaje "concreto" que trasmite la televisión ha demostrado ser importante en Niger, donde lo "verdadero" se define como el conocimiento basado en lo que se puede ver y donde el idioma de la enseñanza (el francés) no es el idioma que se habla en el ambiente en que viven los estudiantes.
- La dedicación de los profesores por televisión a los nuevos métodos parecía dudoso en los primeros años del proyecto *Télé-Niger*, no solamente porque les perjudicaba su capacitación en técnicas de enseñanza establecidas, sino también porque solían pensar que eventualmente volverían al aula convencional.
- La edad mínima para participar en el programa *Télé-Niger* se estableció en base al concepto de maduración tradicional nigerino: Lakkal - una combinación de inteligencia, don de gente, comportamiento social aceptable, capacidad de memorizar y la capacidad de adaptación.
- La principal diferencia entre el enfoque de *Télé-Niger* hacia la educación y el nigerino convencional estriba en la capacidad de expresión verbal del niño. Tradicionalmente, se espera que un niño permanezca en silencio en la presencia de adultos; por el contrario, el enfoque de *Télé-Niger* pone énfasis en el derecho que tiene el niño de preguntar y responder oralmente a compañeros y adultos.
- El enfoque usado en el proyecto *Télé-Niger* ha sido esquematizado como un "doble embudo": a los niños se les estimula para que adquieran materias primas y los datos de la vida real, a analizar y ordenar esos conocimientos y materiales en clase y a reintegrar lo aprendido a la vida cotidiana.

REFERENCIAS:

"*Télé-Niger: Adapting an Electronic Medium to a Rural African Context.*" Theresa Silverman, Boletín Informativo No. 8, Clearinghouse on Development Communication, octubre de 1976.

"La Télévision Scolaire du Niger: 1964-1971" (11 volúmenes que incluyen el *Informe General*), Association Universitaire pour le Développement de l'En-

seignement et du Culture en Afrique et à Madagascar, France, diciembre de 1974.

"*Télé-Niger: des Dimensions Modestes...*" "*Télé-Niger Douze Ans Après,*" *Direct*, 1975

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1978

PROYECTO RADIO PRIMARIA RURAL

Paraguay

BENEFICIARIOS:	Niños y adultos de áreas rurales que no asisten a la escuela (aproximadamente 700 estudiantes en 1978)
OBJETIVO:	Proporcionar enseñanza primaria a la población rural por medio de la radio; experimentar con diversas metodologías y técnicas para educación por radio a regiones rurales; asistir al Ministerio de Educación y Culto del Paraguay para institucionalizar los mecanismos para que los programas radiales dirigidos a la población rural sean factibles y eficaces
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio, impresos y comunicaciones interpersonales
DONANTES-PATROCINADORES:	El Centro de Tele-Educación del Ministerio de Educación y Culto, Asunción, Paraguay y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (AID)
DURACION:	Iniciado en 1976, continúa aún
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Lic. Mabel Palacios Moringo, Directora, Centro de Tele-Educación, Ministro de Educación y Culto, Asunción, Paraguay; Lewis Thornton, Academy for Educational Development, 1414 22nd St., NW, Washington, D.C. 20037, USA

DESCRIPCION:

El Ministerio de Educación y Culto de Paraguay comenzó a interesarse en la producción de radiodifusión educativa cuatro años antes de que el *Proyecto Radio Primaria Rural (PRPR)* comenzara a forjarse. Desde 1972, ha auspiciado la producción anual de 50 a 60 horas de programación radial para escuelas primarias y secundarias. Al auspiciar el *PRPR* se ha ampliado, más bien que creado, la administración y la capacidad técnica para producir aproximadamente 300 horas de programación por año escolar. Con un aumento de entre cinco y seis veces la producción, el Ministerio espera ofrecer a la población rural de Paraguay —gran parte de la cual no tienen acceso a las escuelas primarias con seis años completos de enseñanza primaria— la oportunidad de completar sus estudios primarios. Consecuentemente se escogió el Departamento de Caaguazú como base para el proyecto debido a sus necesidades educativas y problemas típicos de las áreas rurales de Paraguay, con énfasis programática en los cursos superiores de la escuela primaria.

Durante 1977, el Departamento de Tele-Educación se dedicó a diseñar el programa de estudio radial y los materiales de instrucción, preparando y probando las lecciones radiales, y llevando a cabo investigaciones en la región. Durante este periodo, representantes del departamento prepararon 540 programas de instrucción para los niveles de tercer y cuarto año junto con el

material impreso conexo y trazó los planes para la producción de estos programas radiales. La investigación consistió principalmente en la determinación de la población de edad estudiantil en Caaguazú y sus hábitos como radioyentes, la selección de cuatro pueblos en Caaguazú como áreas de prueba y la organización de centros para el proyecto.

El segundo año del proyecto, es decir en 1978, fue dedicado a mejorar y edificar sobre la base establecida durante el primer año. Se inició la producción de los primeros 540 programas, mientras que se preparaban las pautas para otros 540 (las lecciones para el quinto y sexto grado). Se inició la radiodifusión por medio de estaciones comerciales, y se continuó con las actividades de investigación y prueba en el campo.

Al borde de su ejecución a escala completa, el proyecto a mediados de 1978 está prestando servicios a 700 estudiantes e incluye 75 centros de aprendizaje (en los cuales cualquier persona que haya tenido dos años de educación convencional puede tomar los exámenes de ingreso del programa *PRPR* y los estudiantes del programa se reúnen en grupos para recibir la ayuda de monitores voluntarios). Las lecciones comprenden el idioma materno (incluyendo el español como segundo idioma), matemáticas, estudios sociales, ciencias, salud y nutrición, y comunicaciones. Estas lecciones se difunden

en programas de 15 a 20 minutos de duración durante los días hábiles.

RESULTADOS:

El programa de evaluación del *Proyecto Radio Primaria Rural* no ha tenido suficiente duración aun para permitir una evaluación del aprovechamiento de la enseñanza. Sin embargo, se han realizado actividades de evaluación en el proyecto desde sus comienzos, y los resultados preliminares han influido en la evolución del proyecto. Un alto interés entre los miembros de la comunidad (especialmente con respecto a matrícula y asistencia) y entre los propietarios de estaciones de radio (quienes voluntariamente han hecho una redifusión de los programas y dedicarán algunas horas durante las horas con mayor público a algunos de los programas del *PRPR*) son indicadores especialmente positivos del impacto que ha tenido el proyecto. Estos indicadores han mostrado que algunos de los obstáculos potenciales revelados en las investigaciones sobre la línea base y sobre los resultados del primer año—la prevalencia entre los radioyentes de problemas sociales serios tales como el alcoholismo, por ejemplo, y la dificultad de algunos estudiantes del *PRPR* con programas en el idioma español—son ahora mas llevaderos y es mas fácil colocarlos en su perspectiva real. La evaluación de los formatos también ha demostrado que los radioyentes tienen un gran interés en la música y en los deportes, cosa que no presenta mayor problema sino que sirve de guía para los programadores.

Se comenzará la primera evaluación global del aprovechamiento de los programas por parte de los alumnos en marzo de 1979, al finalizar el primer ciclo completo de clases. Eventualmente, se realizarán análisis de costo-beneficio, se evaluará la efectividad de los diversos componentes de los programas (radio, asistencia del monitor, etc.), y se estudiarán también los resultados logrados en todas las comunidades involucradas en el proyecto.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- El uso gratis de la radio comercial es fundamental para el concepto y para el éxito del *Proyecto Radio Primaria Rural*.
- Para satisfacer las necesidades mixtas de los alumnos, los programas educativos se presentan en guaraní y

en español, mientras que todo el material impreso suplementario se presenta en español.

- La radiodifusión comenzó bajo condiciones extremadamente adversas. La producción se realizó en un estudio prestado, y eran frecuentes los apagones tanto en las estaciones radiodifusoras como en los hogares de los oyentes.
- Antes de que pudiera acelerarse el diseño del material de instrucción, el Ministerio de Educación tuvo que definir precisamente lo que es la "instrucción primaria". Sólo entonces pudo el Ministerio emprender exitosamente la formidable tarea del primer año del proyecto—crear un programa de estudios primarios completamente nuevo para los radioyentes de las zonas rurales.
- Durante el primer año del proyecto se transmitió una serie de programas los sábados por la mañana, para familiarizar a la población de Caaguazú con las técnicas de radio-educación. Estos programas también se utilizaron para convencer a los maestros de las escuelas convencionales, muchos de los cuales se sentían amenazados por el nuevo sistema.
- Una serie de entrevistas previas a la inauguración del proyecto, reveló que el 70 por ciento de la población opinaba que la agricultura era el tema más importante de las lecciones. Por lo tanto los consejos y la información sobre la agricultura se combinan con las labores regulares de los cursos, particularmente los de alfabetización y lenguaje.
- Los lugares donde se realizan las pruebas sirven también como centros administrativos.
- Mientras que los cuadernos de trabajo del *PRPR* han sido recibidos con entusiasmo, se tendrán que preparar alternativas menos costosas para los mismos.

REFERENCIAS:

"Annual Report: Rural Radio Education/Paraguay", Academy for Educational Development, enero de 1978. Documentos sobre el proyecto no publicados, Academy for Educational Development, 1976, 1977 y 1978.

Clearinghouse on Development Communication
Julio de 1978

MOVIMIENTO DE EDUCACION BASICA

Brasil

BENEFICIARIOS:	Originalmente, los campesinos analfabetos en el noreste de Brasil (potencialmente, alrededor de 24 millones de adultos), luego se amplió hasta incluir a campesinos de otras regiones
OBJETIVO:	Ayudar a educar, politizar, y motivar a adultos que no tenían acceso a escuelas y servicios de salud (en particular, por medio de alfabetización y aritmética simple) y para estimular la formación de comunidades de base
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio, material impreso, y comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	La Conferencia Nacional de Obispos del Brasil, el Ministerio de Educación y Cultura del Brasil, organizaciones asistenciales católicas y otras de Europa y Norteamérica, y el Ministerio de Salud del Brasil (1962-64)
DURACION:	Comenzó en 1961 como programa de alfabetización, se reorientó en 1965 y una vez más en 1971; continúa aún
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Sor Anne Marie Speyer, Movimiento de Educação de Base, Rua São Clemente 385, Rio de Janeiro, Brasil

DESCRIPCION:

Desde sus comienzos en 1961, el *Movimento de Educação de Base* ha sido un esfuerzo sectario para dotar a los desamparados de sus derechos básicos por medio de una capacitación práctica en la resolución de sus problemas. Pero ha quedado muy poco de este proyecto además de su razón de ser. El enfoque original de alfabetización cambió gradualmente de énfasis eliminando el aspecto místico del sub-desarrollo, aunque ésto se hacía por medio de programas de alfabetización. Originalmente se modeló según la Radio Sutatenza de la ACPO en Colombia, pero ahora el *MEB* ya no depende tanto de la radio. Pero también han cambiado el tamaño del proyecto, el programa de estudio del *MEB* y la relación entre el mismo y el gobierno nacional debido al clima político, y especialmente con el golpe militar de 1964.

El enfoque del *MEB* y sus problemas difieren de los muchos programas llevados a cabo en América Latina para movilizar los medios de comunicación para el desarrollo. En vez de promover técnicas progresistas en nombre del desarrollo, los trabajadores del proyecto se dedican a ayudar a los campesinos y a analizar las raíces y las dimensiones del subdesarrollo. Es sólo entonces, según la lógica Freireana, que el pueblo puede encontrar y adoptar soluciones aceptables para ellos. Otro factor que distingue a este proyecto es el aprovechamiento de los medios de comunicación para las masas. En el *MEB*, se usan libros y programas de radio para apoyar, pero no para reemplazar a la inter-acción personal. La base del programa lo constituyen los grupos de estudio de los *camponês* (agricultores campesinos).

En sus reuniones semanales, se discuten los programas sobre agricultura, nutrición, métodos laborales y otros temas prácticos, con la ayuda de animadores de grupo que usan técnicas teatrales y otras que requieren acción para obtener la participación de los miembros del grupo en la discusión de problemas penosos de su vida real.

Al ser una organización descentralizada, el *MEB* opera en cuatro niveles. Al nivel más alto está el equipo nacional en Rio, cuyos miembros están subordinados a los seis obispos nombrados al Consejo Directivo por la Conferencia de Obispos Católicos y los representantes del Ministerio de Educación, que son miembros del Consejo. El equipo nacional está dividido en un sector administrativo y un sector técnico-pedagógico; organiza nuevos sistemas en respuesta a las iniciativas locales; establece las líneas directrices, selecciona y capacita al personal de los equipos locales, y está a cargo de toda la gestión administrativa. Todo el trabajo relacionado a la preparación del programa, sin embargo, queda en manos de los equipos locales. La unidad de administración regional básica; el Sistema Educativo, por lo general, cubre una diócesis católica y contiene varias escuelas de radio. El tercer nivel lo constituye el equipo local, que planifica y lleva a cabo el programa de educación básico para la región. Típicamente, este equipo capacitado de maestros, trabajadores sociales y otros, tiene como base el centro más desarrollado de la región, y sus integrantes viajan desde allí a los lugares más apartados. Los animadores componen el cuarto nivel del sistema educativo. Estos son nombrados por miembros de la comunidad, reciben capacitación

localmente, y tienen la responsabilidad de animar los diálogos y las actividades en sus comunidades.

RESULTADOS:

El MEB ha sufrido graves reveses, pero, a pesar de éstos, el proyecto ha afectado la vida de cientos de miles de brasileiros. Un especialista que tuvo a su cargo la evaluación de la eficacia de la primera década de operaciones del proyecto, reveló que desde 1964 más de 5000 escuelas por radio de la red del MEB han ayudado a aproximadamente 400.000 campesinos a aprender a leer. Sin embargo, según el mismo investigador, sólo unos 100.000 *camponês* se alfabetizaron por medio del MEB entre 1964 y 1970, probablemente a causa de que el gobierno que asumió el poder en 1964 no prestó mucha atención a la participación de los campesinos en el cambio social.

A partir de 1970, los esfuerzos de auto-evaluación del MEB han consistido principalmente en la medición de la demanda de los cursos, sin evaluar los cambios de comportamiento producidos por los cursos y actividades del MEB. Desde 1976 se han programado evaluaciones que debían llevarse a cabo antes, durante, y después de los cursos, pero hasta la fecha la evaluación posterior a los cursos no ha venido acompañada de una evaluación de las necesidades y de un análisis de la matrícula. Sólo se puede obtener un cuadro muy general del impacto producido por el proyecto, por medio de estadísticas de matrícula (que demuestran, por ejemplo, que el programa llamado "actividades de la comunidad con orientación religiosa" tiene mucha más popularidad que los programas de agricultura y salud del MEB). Es difícil calcular con exactitud el número total de participantes del MEB, ya que algunos oyentes caen en más de una categoría de estudiantes. En 1977, se matricularon unas 15.000 personas para los cursos académicos normales, mientras que los programas especiales involucraron a un poco menos de 162.000 oyentes y los programas educativos no-escolares tuvieron una matrícula de más de 171.000.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE.

- Las actividades de "animación" del MEB han inclu-

ido: la organización de clubes de fútbol, labores agrícolas y sindicatos rurales.

- Los miembros del personal del MEB observaron a los candidatos a animadores locales en sus propios pueblos. Sólo se seleccionaron a los candidatos que no trataban a sus vecinos con condescendencia o de manera obsequiosa.
- En 1968, el MEB recibió el premio Reza Pahlavi de la UNESCO por la labor de alto calibre realizada en pro de y con los *camponês*.
- El uso de la radio en este proyecto ha ocupado un lugar secundario dejando en primer lugar al material impreso y al debate. A diferencia de los que sucede con el animador, el medio de difusión no se considera como agente primario para lograr el cambio social.
- Se escogió el noreste del Brasil para el proyecto original, y sigue siendo el foco de las actividades del proyecto porque es la región más pobre del país y porque, según cálculos efectuados en 1975, más de la mitad de las personas que viven en la región no pueden leer ni escribir. La región del Amazonas también es objeto de una intensa actividad de parte del MEB.

REFERENCIAS:

"A Systems Approach Applied to Non-Formal Education: Planning, Programming, Budgeting and the 'Non-Formal' Process", trabajo inédito, Sor Anne Marie Speyer, MEB, agosto de 1977.

"*Movimento de Educação de Base (MEB):* Communication for Animation and Social Change," "*Communication and Rural Development*," Juan E. Bordenave, UNESCO, 1977.

Informes Anuales del MEB, 1974, 1975, 1976 y 1977, MEB Brasil.

"*Movimento de Educação de Base: An Experience in Education for the Rural Poor*," Universidad de Michigan, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Octubre de 1978

CAMPAÑA DE LECHE MATERNA

Trinidad y Tobago



BENEFICIARIOS:	Las madres de niños de tierna edad y mujeres encintas en Trinidad y Tobago
OBJETIVO:	Divulgar la relación que existe entre la alimentación de leche materna y la buena nutrición y el nivel de vida
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio, la televisión, los carteles, los periódicos y revistas, el cine
DONANTES-PATROCINADORES:	La Asociación de Amas de Casa de Trinidad y Tobago (HATT). La Asociación de Agencias de Promoción de Trinidad y Tobago con el apoyo del Ministerio de Salud, el Instituto del Caribe para la Alimentación y Nutrición (CFNI) y la Asociación Médica de Trinidad y Tobago
DURACION:	Fue concebido e implantado en 1974; se tiene programado repetirlo en 1977
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Alison White, Nutritionist, 13 Santa Anna Gardens, Maingot Street, Tunapuna, Trinidad

DESCRIPCION:

En la *Campaña de leche Materna de Trinidad y Tobago*, participaron varias entidades privadas y oficiales en un intento por utilizar los órganos de difusión del país para promover la alimentación infantil con leche materna. La campaña, coordinada por la Asociación de Amas de Casa de Trinidad y Tobago con el apoyo de las Agencias de Publicidad del país, fue planificada en los primeros meses de 1974 y lanzada oficialmente en mayo de ese año.

Los empleados de la agencia publicitaria participante recibieron un folleto de tres páginas en el que se describían los aspectos nutritivos y económicos de la alimentación infantil con leche materna y se trataba de convencerlos de que tenían un servicio digno de prestar. Una vez elaborados el texto y los gráficos de la campaña, se informó también sobre el proyecto a los miembros del personal clínico y a otros especialistas en salud y se les puso al corriente sobre los beneficios de la leche materna para la alimentación del niño.

Mediante breves anuncios por radio y televisión, se reiteraron los mensajes publicados en los periódicos, los carteles y las hojas volantes. La administración de la campaña estuvo a cargo de profesionales del ramo que coordinaron nueve programas de televisión y una serie de transmisiones diarias por radio de cinco minutos de duración (llamadas "Manteniéndose a la altura de la historia de la humanidad") con participación de la prensa. También formaron parte de la campaña debates entre los niños de escuela y grupos de la comunidad, así

como exposiciones especiales centralmente ubicadas y en bibliotecas móviles.

Un elemento clave de este proyecto lo constituyó la donación de tiempo, conocimientos técnicos y servicios por parte de las agencias de publicidad, departamentos del gobierno, los órganos de difusión, firmas comerciales y ciudadanos particulares. Estas donaciones fueron complementadas por las rebajas por concepto del volumen y otras ventajas de producción.

RESULTADOS:

Con la evaluación en dos etapas realizada por el Instituto del Caribe para la Alimentación y la Nutrición se trató de lograr cinco objetivos primordiales: 1) determinar a qué parte de la población había llegado realmente el programa, 2) evaluar hasta qué grado los mensajes habían tenido influencia en quienes los escucharon, 3) cerciorarse si las mujeres que escucharon los mensajes estaban de acuerdo con su contenido, 4) descubrir si las madres que estaban criando habían modificado sus prácticas de amamantamiento, y 5) obtener información adicional sobre las prácticas de las mujeres de Trinidad y Tobago en relación con la alimentación de los niños con leche materna.

Tomando como base su evaluación, que constituyó una de sus principales contribuciones al programa, el Instituto del Caribe para la Alimentación y la Nutrición juzgó que la campaña de alimentación por leche

materna había sido un éxito, y llegó a la conclusión de que las partes integrantes de la campaña deberían convertirse en características permanentes del programa de educación en nutrición de Trinidad y Tobago. Reafirmó también la eficacia del enfoque de órganos de difusión múltiples y el equipo recomendó además, que en dichos órganos se dedicara aún más tiempo y espacio a esta cuestión de vital importancia.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- La esposa del Primer Ministro de Jamaica, Excmo. Sr. Manley, respaldó la campaña de alimentación del niño con leche materna en una conversación con la presidenta de la Asociación de Amas de Casa de Trinidad y Tobago grabada de antemano. Posteriormente se dió publicidad a esta conversación en apoyo a la campaña.
- Se invitó a los padres de los niños a una función en el Día del Padre, en la que se discutieron las ventajas de la leche materna para la alimentación.
- Se proyectaron a las madres y enfermeras en las clínicas, breves películas en las que se demostraron

las ventajas de la alimentación con leche materna desde el punto de vista de la nutrición.

- *La Campaña de Alimentación con Leche Materna de Trinidad y Tobago* será objeto de un libro que publicará próximamente del Dr. Derrick B. Jelliffe y E. F. Patrice Jelliffe sobre la alimentación con leche materna en el mundo moderno.
- Las estaciones de radio donaron más tiempo del que originalmente habían prometido para los anuncios breves en los que se promovió el proyecto de alimentación con leche materna.

REFERENCIAS:

"The Trinidad and Tobago Breastfeeding Campaign", Alison White, ponencia presentada en la IX Reunión del Grupo Técnico del Caribbean Food and Nutrition Institute, Kingston, Jamaica, setiembre de 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

PROYECTO EXPERIMENTAL DE NUTRICION

Brasil

BENEFICIARIOS:	Habitantes de los pueblos del Nordeste del Brasil
OBJETIVO:	Establecer un diálogo en la comunidad en torno a la nutrición como primer paso para la acción comunitaria
MEDIOS DE DIFUSION:	Afiches o carteles, fotografías y pizarras de franela o franelógrafos
DONANTES-PATROCINADORES:	La División de Ciencias de la Nutrición de la Universidad de Cornell
DURACION:	Se inició y concluyó en 1974
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Therese Drummond, Director for Nutrition and Rural Community Education, Agricultural Missions, Inc., 475 Riverside Drive, Room 624, New York, New York 10027, U.S.A.

DESCRIPCION:

Este proyecto tuvo por finalidad determinar el grado de receptividad por los habitantes de pueblos con distintos tipos de organización comunitaria del método de Paulo Freire tal como se utiliza para la educación en el campo de la nutrición. Este experimento, realizado en 1974, tuvo por fin hacer participar a los habitantes de los pueblos, analfabetos o semianalfabetos, en una campaña destinada a poner de manifiesto que la desnutrición constituye un problema, y a instituir formas simples con las que el individuo puede comenzar a aliviar ciertos aspectos de la desnutrición en los niños pequeños.

La primera parte del programa, de cinco semanas de duración, estuvo dedicado a visitar los 120 hogares aproximadamente, que integraban los pueblos objeto del estudio. Prescindiendo deliberadamente del uso de formularios y cuestionarios, la Sra. Drummond conversó informalmente con los habitantes de los pueblos para determinar lo que pensaban sobre la alimentación y la nutrición de sus hijos. Más especialmente, hizo preguntas sobre la incidencia de la enfermedad y muerte entre los niños de corta edad y sobre el número de niños menores de cuatro años que tenían un peso inferior al normal. Recogió, además, nombres, fechas de nacimiento e información sobre prácticas de amamantamiento, distribución por edades, y hábitos alimenticios, datos que anotó en simples cuadernos con los cuales estaba familiarizada la población local.

En las reuniones de grupo celebradas después de las visitas, se utilizaron afiches o carteles para estimular la discusión. Por ejemplo, un dibujo de un ataúd de un

bebé camino al cementerio — cuadro común en la zona —, proporcionó la oportunidad para hablar del hecho de que los bebés mueren con frecuencia y para examinar ese hecho críticamente en vez de aceptarlo con fatalismo. En otros afiches aparecía una mujer amamantando a un bebé, una madre dando a su hijo alimentación complementaria, o un niño afectado por una desnutrición avanzada.

RESULTADOS:

Las transcripciones de las cintas grabadas de muchas de las reuniones en los pueblos revelaron que los habitantes participaron con sumo interés en las reuniones y en la discusión de los problemas. La transcripción de sus comentarios y preguntas revela también que estos habitantes comenzaron a dudar de su arraigado fatalismo y, a la inversa, reconocieron su propia capacidad para mejorar sus vidas. Las anotaciones de las reuniones también sugieren que en las discusiones de grupo que formaron parte de este proyecto, los habitantes de los pueblos que anteriormente no estaban organizados no habían sido afectados en forma positiva o adversa por sus experiencias anteriores.

Como resultado directo de estas reuniones, los pueblos seleccionaron a una persona por cada diez hogares, la cual se haría responsable del bienestar nutricional de los niños del grupo. Se formularon también planes para hacer frente a las distintas emergencias en materia de salud que se presentasen. Sin embargo, no se tomó medida alguna para determinar si los participantes de

este proyecto hicieron lo necesario para que sus hijos continuaran recibiendo proteínas en cantidades suficientes y, si, entre otras cosas, fueron inoculados contra las enfermedades de la niñez.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- En una reunión en la que se preguntó si debería efectuarse un "estudio" de los niños, los habitantes del pueblo — que asocian el estudio con la escuela — entendieron que el experto en nutrición pensaba establecer una nueva escuela en su localidad.
- Para transmitir la idea del peso adecuado que deberían tener los niños pequeños, se utilizó una reproducción de la tabla de pesos "Morely". Cuando los padres llegaron a comprender el significado de la gama de pesos que deberían tener los niños — llamada "Caminho da Saúde", o "Camino de la Salud", se les entregó una copia mimeografiada del cuadro.
- Entre los carteles utilizados en las charlas se hallaban fotografías o cuadros sacados de fotografías. El fondo de los cuadros se borró para evitar interferencias. Se tuvo también cuidado en seleccionar fotos que no

fueran demasiado limitadas en cuanto a su referencia, ni demasiado enigmáticas.

- Alegando una mala memoria, la entrevistadora hizo un esbozo de gran parte de lo que observó. Estos dibujos captaron la atención de los participantes del pueblo y los tranquilizó; de este modo se simplificó la obtención de datos sobre salud y demografía.
- En el transcurso de una reunión, un pescador declaró que, en general, las reuniones eran una buena idea. Dijo que ni una sola vez en los ocho años que había vivido en el pueblo en cuestión se habían reunido sus habitantes para resolver o tratar problemas comunes.

REFERENCIAS:

"Using the Method of Paulo Freire in Nutrition: An Experimental Plan for Community Action in North-east Brazil," Therese Drummond, *Cornell International Nutrition Monograph Series*, No. 3, Cornell University, Ithaca, New York, 1975.

Clearinghouse on Development Communication
Junio 1977

PROYECTO DE NUTRICION POR MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA

India

BENEFICIARIOS:	Líderes de la opinión pública, cabezas de familia, amas de casa, maestros y niños en edad escolar en zonas rurales y en pueblos pequeños de Uttar Pradesh y Andhra Pradesh (aproximadamente 250.000 personas)
OBJETIVO:	Determinar la eficacia de una campaña utilizando medios mixtos de comunicación para aumentar el nivel de concientización y conocimiento acerca del embarazo y el destete entre la población rural, en su mayoría analfabeta
MEDIOS DE DIFUSION:	Radio, materiales impresos, películas, calendarios, pantomimas, carteles, carteleros, murales y forros para libros escolares
DONANTES-PATROCINADORES:	La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, CARE-India
DURACION:	Se planeó en 1969; se estableció en 1971 y se llevó a cabo de abril a junio de 1972
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Sadhna Ghose, CARE-India, P.O. Box 3064, New Delhi-3, India; Ronald Parlato/Margaret Burns Parlato, 4915 Albemarle St. N.W., Washington, D.C. 20008, U.S.A; Dr. Lakshmir Krichnamurthi, CARE-India

DESCRIPCION:

El proyecto de información sobre nutrición lanzado por CARE en la India en 1972 luego de tres años de investigación y preparación se basó en dos premisas principales. La primera fue que las técnicas modernas utilizadas en campañas urbanas de medios masivos y análisis de mercado pueden usarse con éxito en la solución de los problemas y necesidades del habitante rural en el Tercer Mundo. La segunda fue que una combinación bien seleccionada de medios de comunicación es más efectiva que cualquier medio único de difusión utilizado para alcanzar grupos de beneficiarios diversos dentro de una determinada población. Más específicamente, se diseñó el proyecto experimental para probar la eficacia relativa de los mensajes positivos y negativos y para promover dos mensajes determinados: uno relacionado al impacto de destetar al niño en la forma y en el momento adecuados sobre su salud a largo plazo, y otro relacionado con la importancia de comer hojas y hortalizas verdes para la madre y el niño durante el embarazo.

Se otorgó alta prioridad dentro del proyecto CARE-India a la investigación preliminar y al diseño del proyecto. Para evitar que a los habitantes se les instara a comprar alimentos que no estuvieran disponibles o fueran prohibidos (tabú) socialmente, o costosos, un

equipo de investigadores paso seis meses identificando problemas económicos, nutritivos, sociológicos, y aquellos relacionados con el comercio, obstáculos para obtener los cambios beneficiosos en los hábitos alimenticios. Esta investigación precedió e influenció la selección de los beneficiarios, los ocho sitios elegidos (cada uno compuesto de tres comunidades y un pueblo), los medios de comunicación que se usarían para impartir el mensaje y el contenido y el lenguaje específico utilizado en los mismos. La investigación se basó en los resultados de estudios de diversas disciplinas, incluyendo la investigación realizada para otros proyectos de nutrición y comunicación, e incluyó un estudio previo a la campaña de una muestra de 2.400 respondientes.

La campaña de diez semanas que fue producto del resultado de la investigación utilizó una variedad de medios masivos, sin intentar deslumbrar a los beneficiarios con innovaciones. En cambio, se usaron mensajes simples diseñados para despertar emociones básicas y tradiciones arraigadas de la población. En Uttar Pradesh, donde se utilizó el enfoque positivo, algunos carteles mostraban a un niño pequeño alabado por su maestro y otros mostraban a un niño del pueblo que recibía un trofeo por su destreza atlética. En Andhra Pradesh, donde se adoptó el método negativo más

controvertido, los carteles mostraban a un demonio (una figura reconocible derivada de la tradición mítica del sur de la India) que amenazaba el bienestar de una madre embarazada, en un caso, y de un niño pequeño en el otro. Se usaron las mismas tácticas y los mismos mensajes en anuncios en la prensa, carteles, murales, películas cortas en blanco y negro, anuncios de radio, ediciones especiales de periódicos, calendarios, folletos e historietas cómicas. Debido a que la campaña se diseñó expresamente para determinar la eficacia de los medios masivos únicamente, las intervenciones interpersonales no formaron parte del esfuerzo general.

RESULTADOS:

Los resultados de la evaluación de la campaña, basados en una encuesta básica (2.500 entrevistas) y una encuesta posterior a la campaña (2.500 entrevistas) indicaron que una campaña mixta de medios puede impartir con éxito nuevas ideas y conceptos al público rural remoto. Parece ser que una combinación de medios diseñada especialmente para llegar a diferentes subaudiencias puede, por medio de un llamado directo, saltar barreras socio-económicas y culturales. La encuesta mostró que tanto hombres como mujeres de todas las edades, así como de diferentes niveles de educación, ocupación, ingresos y castas respondieron con igual entusiasmo ante la campaña de nutrición, aumentando su puntaje de conocimiento por el mismo número de puntos. En relación al embarazo, por ejemplo el puntaje de las amas de casa aumentó de 53 a 84, mientras que el de los habitantes más influyentes de la comunidad subió de 63 a 95. En general, los miembros analfabetos de las castas más bajas aprendieron lo mismo que los Brahmins más educados.

Para respaldar el argumento que un sacudón leve es un agente valioso para promover el aumento de la concientización y comprensión de ideas nuevas se señala que el 100 por ciento de los habitantes expuestos a los mensajes expresados negativamente recordaron la campaña, mientras que un 91 por ciento recordaron el mensaje positivo. De forma similar, el público de las campañas en Andhra Pradesh recordaron mejor determinados medios de comunicación, alcanzaron un puntaje más alto en las pruebas de conocimiento posteriores a la campaña y recordaron mejor los datos específicos recalcados durante la misma que sus contrapartes en Uttar Pradesh. Los investigadores especularon que la campaña negativa puede haber sido más efectiva porque fue más singular desde un punto de vista creador y más a tono con la cultura de la comunidad.

La evaluación de la eficacia de los varios medios de comunicación mostró que las personas que estuvieron expuestas solamente a los medios gráficos de entretenimiento aprendieron tanto como aquellos que estuvieron expuestos a todos los medios de comunicación. En la campaña positiva como en la negativa, se recordaron mejor las películas y carteles; la mitad de los encuestados en Uttar Pradesh recordaron las películas y 65 por ciento los carteles, mientras que las cifras comparativas

para la campaña negativa fueron del 70 por ciento y el 67 por ciento, respectivamente. Los diarios y anuncios radiales no tuvieron efecto en ambas campañas; menos del 17 por ciento en Uttar Pradesh y menos del 21 por ciento en Andhra Pradesh recordaron ambos medios. A pesar de que la campaña se diseñó únicamente para elevar el nivel de concientización y comprensión, parece ser que también se influenciaron las actitudes favorablemente. En tres de cuatro casos (el mensaje sobre el destete en A.P. y el mensaje sobre el embarazo en ambas provincias), virtualmente no hubo resistencia en la aceptación de la información de la campaña como creíble. En el cuarto caso, la resistencia expresada se cree reflejó las diferencias en la dieta: el pan quebradizo que se come en U.P. puede haber sido más difícil de visualizar en forma pulverizada que otros tipos de alimentos, tales como el arroz, que se comen en el sur de la India.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Los folletos preparados para los maestros llevaban cartas de aprobación y recomendación firmadas por los principales funcionarios de educación de los dos estados. Además, aparecieron estrellas populares de películas en *hindī* y *telegu* por un minuto de respaldo al final de cada película.
- Se descubrió que la radio no tuvo efecto en la campaña, por lo general, ya que relativamente pocos en los sitios seleccionados poseían o tenían acceso a una radio.
- Se llevó a cabo un estudio sobre temas específicos de la nutrición como parte previa a la campaña.
- No se verificó durante la campaña la teoría del flujo de la información en "dos etapas." La información especializada y muy detallada que se distribuyó entre los maestros y personas de influencia por medio de folletos no fue diseminada a la población en general.
- Se descubrió que la pantomima, que se había pensado estrechamente relacionada con las danzas tradicionales de la India como comunicación no verbal, fue demasiado abstracta para la mayoría del público.
- El informe de los resultados de CARE-India sobre este proyecto de información sobre nutrición incluye, más que un simple relato del proyecto, un modelo para ejecutar una campaña de educación sobre la nutrición y una presentación exhaustiva de los temas sociológicos e informáticos que deben efectuar los trabajadores y funcionarios de la campaña.

REFERENCIAS:

- "Planning for Nutrition Education: The Application of Mass Media and Extension to Social Action Programs," Ronald Parlato, CARE-India, 1973.
- "Food Attitudes in Andhra Pradesh and Uttar Pradesh," CARE-India, 1973.

"Breaking the Communications Barrier," Ronald
Parlato, CARE-India, 1972.

"Breaking the Communications Barrier: A Report of
Results," Margaret Burns Parlato, CARE-India, 1973.

Clearinghouse on Development Communication
Enero de 1978

CAMPAÑA PUBLICITARIA SOBRE NUTRICION POR MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA

Filipinas

BENEFICIARIOS:	Familias de bajos ingresos de las provincias rurales (aproximadamente 2,5 millones de habitantes)
OBJETIVO:	Poner a prueba la eficacia de técnicas modernas de comercialización y publicidad dirigidas a cambiar el comportamiento, actitudes y conocimientos en cuanto a nutrición y salud infantil
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio y la comunicación interpersonal limitada
DONANTES-PATROCINADORES:	El gobierno filipino, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional y el Centro Nacional para la Producción de Medios de Información Pública de Filipinas
DURACION:	Desde fines de 1975 a fines de 1976
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Dr. Florentino Solon y Dr. Josefina Patron, National Nutrition Council, Ministry of Health and Nutrition, Manila, Philippines; Candy Formation, Department of Nutrition, University of Iloilo, Iloilo City, Iloilo, Philippines; and Thomas M. Cooke, Manoff International, Inc., 1511 K Street, N.W., Washington, D.C. 20005, USA

DESCRIPCION:

La Campaña Publicitaria sobre Nutrición Usando Medios de Comunicación Masiva se inició en reconocimiento del lamentable estado nutricional de muchos niños filipinos y de la ineficacia de los métodos tradicionales utilizados para ofrecer orientación a las madres de niños de peso subnormal. Conociendo el éxito obtenido mediante el uso de técnicas de difusión y comercialización para llegar a la población desnutrida de la India y del Ecuador, que incluía consejos prácticos en cuanto a una dieta adecuada y su preparación, los nutricionistas filipinos del Consejo Nacional de Nutrición decidieron ensayar en enfoque similar. La meta específica consistía en lograr que las madres filipinas enriquecieran el plato de arroz acuoso (*lugaw*), que les daban a los niños para suplementar la leche materna, añadiéndole hortalizas picadas, aceite y pescado. La labor disimulada— más difícil aún que la difusión de mensajes—consistía en terminar con algunas costumbres profundamente arraigadas e incorrectas, aunque muy diseminadas, relativas a las necesidades nutricionales del recién nacido.

Se iniciaron las actividades del proyecto en 1975, cuando la Agencia para el Desarrollo Internacional accedió a suministrar los fondos para contratar una firma especializada en publicidad y comunicaciones sociales de los Estados Unidos para que colaborara con los planificadores filipinos en el diseño, ejecución y evaluación de la campaña. La primera etapa requirió

que el equipo estadounidense y sus contrapartes locales hicieran un viaje exploratorio al lugar seleccionado (Provincia de Iloilo con una población rural de 700,000 habitantes). Las visitas iniciales se hicieron para recoger impresiones mientras que las incursiones posteriores formaron parte de una encuesta controlada de madres cuidadosamente seleccionadas. La encuesta de referencia reveló que únicamente un 3% de las madres del lugar seleccionado habían oído de la práctica de añadirle aceite al *lugaw* y que ninguna de ellas lo había hecho. Otras madres (5 y 17%, respectivamente) habían probado añadirle hortalizas y pescado a la mezcla.

El desarrollo de los mensajes publicitarios—la segunda etapa del proyecto—se llevó a cabo de acuerdo a los principios seguidos en la publicidad comercial. Los diseñadores de los mensajes supusieron que para despertar interés en un concepto dado se requiere que el que lo propone cuente con la simpatía del público; hazaña que supone asegurarse que el portavoz del mensaje proyecte una imagen sensata, agradable, autoritaria y digna de respeto. También se esforzaron por asegurar que el cambio propuesto no fuese percibido como más arrollador o desconcertante de lo que era en realidad. Estas y otras opiniones compatibles sirvieron de base para las seis dramatizaciones breves de 60 segundos de duración que eventualmente fueron desarrolladas, ensayadas, revisadas, grabadas y enviadas a las estaciones locales de radio.

Los seis mensajes previamente grabados fueron transmitidos en rotación desde 15 estaciones por la mañana y por la noche, horas en que las familias rurales generalmente escuchan radio. Luego de dar comienzo a las transmisiones, los trabajadores del proyecto contratados localmente se dedicaron a la distribución de la información sobre los conceptos que se fomentaban y sobre la campaña misma a los centros de rehabilitación de la salud y nutrición en la zona del proyecto. También se proporcionó a las estaciones de radio información relacionada con el tema, en otro contexto, que se había preparado con la colaboración de médicos filipinos para ser distribuida a solicitud de los oyentes. Las transmisiones continuaron sin interrupción durante un año.

Dado que se ponía a prueba la eficacia de los radiomensajes por sí solos para cambiar los hábitos alimenticios, no se incorporaron otras actividades educativas especiales durante el periodo experimental. Se les informó a los médicos, enfermeras y trabajadores sociales sobre la razón fundamental de la campaña, pero no se les pidió que llevaran a cabo ningún programa educativo especial.

RESULTADOS:

Con el propósito de evaluar el impacto de esta campaña se examinaron los resultados de una encuesta previa al proyecto, una encuesta realizada durante la ejecución del mismo en mayo de 1976, y un cuestionario posterior al proyecto. La encuesta de mayo de 1976 reveló que el porcentaje de madres que agregaban aceite al *lugaw* había aumentado de 0 a 23 en ocho meses. El número de madres que añadían hortalizas subió de 5 a 15 por ciento y el correspondiente a las que utilizaban pescado aumentó del 17 al 27 por ciento. Las cifras correspondientes calculadas con posterioridad a la encuesta final eran de 24, 17 y 27 por ciento para aceite, hortalizas y pescado, respectivamente.

Las entrevistas realizadas después de finalizado el proyecto revelaron que el papel desempeñado por la radio como medio de difundir información sobre nutrición, quedaba más que comprobado con los informes en cuanto al uso de aceite por parte del público seleccionado. Por otra parte, la participación en los programas y el conocimiento sobre esos programas de nutrición y servicios de salud existentes estaba íntimamente asociada con la adición de hortalizas y pescado; temas tradicionales de la educación nutricional. No se encontró relación alguna entre la adición de aceite y estos programas, lo que sugiere que dicha innovación puede ser atribuida a los mensajes radiales.

Una encuesta separada y realizada por trabajadores de salud comunitaria en la zona seleccionada corroboró los resultados de la encuesta de hogares.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Las frases y los modismos utilizados por las madres en las entrevistas preliminares previas al proyecto

fueron incorporadas en los guiones y mensajes de las transmisiones.

- Los trabajadores locales en salud y nutrición sirvieron de anfitriones y guías para el grupo de enumeradores. Para muchos de ellos, la encuesta proporcionó la primera oportunidad que habían tenido en meses para visitar lugares remotos y hablar con la población a la que estaban supuestos a servir.
- Durante los primeros meses de la campaña el "Mensaje sobre las Hortalizas con Médico Presente" se transmitió con más frecuencia que el "Mensaje sobre el Uso del Aceite con Médico Presente", sencillamente porque los jefes de la estación radiodifusora no comprendieron que cada mensaje debía recibir la misma exposición ya que cada uno de ellos era importante y diferente. El problema fue resuelto con una reunión con los jefes de las estaciones.
- La misma firma estadounidense que dirigió la campaña en Filipinas, llevó a cabo proyectos similares en Ecuador, Nicaragua y la República Dominicana; así como también, otros proyectos de comunicación social en los Estados Unidos.
- Se seleccionó el formato de minidramas debido a que la "radionovela" es extremadamente popular en Filipinas y porque puede, asimismo, dar cabida al conflicto que siempre se crea cuando se presenta una idea desconocida.
- Según la firma publicitaria a cargo de la campaña, las virtudes de los mensajes cortos son muchas; los costos son bajos, permiten llegar al oyente pasivo, los mensajes se pueden transmitir durante los programas más populares o entre los mismos, no cansan a los oyentes, como es el caso frecuente con las conferencias y las discusiones.

REFERENCIAS:

- "Five Nutrition Projects that Use Mass Media," Joanne Leslie, *Development Communication Report*, setiembre de 1977.
- "Whose Milk Shall We Market Over the Mass Media?" Richard K. Manoff and Thomas M. Cooke, Manoff International, Inc., League for International Food Education, *Newsletter*, setiembre de 1977.
- "Innovative Uses of Mass Media for Food and Nutrition Promotion," Richard K. Manoff, paper delivered at the Ninth Technical Group Meeting on Nutrition and the Mass Media, Caribbean Food and Nutrition Institute, setiembre de 1976.
- "Changing Nutrition and Health Behavior Through the Mass Media: Nicaragua and the Philippines. An Interim Report," Manoff International, Inc., setiembre de 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Julio de 1978

PROYECTO POSHAK

India

BENEFICIARIOS:	Niños en edad preescolar, mujeres embarazadas y madres en período de lactancia del área rural de Madhya Pradesh (unos 13.000 niños y 2.500 mujeres entre 1971 y 1975).
OBJETIVO:	Mejorar las condiciones alimenticias de los beneficiarios poniendo a su disposición suplementos alimenticios, brindando educación a la niñez y aumentando la atención médica en clínicas establecidas
MEDIOS DE DIFUSION:	Películas, diapositivas, representaciones teatrales, demostraciones, franelógrafos y comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	CARE, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, la UNICEF, el Gobierno Central de la India y el gobierno estatal de Madhya Pradesh
DURACION:	Comenzó en 1971; finalizó en 1975
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Tara Gopaldas, Care-India, B-29 Greater Kailash 1, Nueva Delhi-110048, India; Margot Higgins, 106 Third Street, N.W., Washington, D.C. 20002, USA; Tina Grewal Sanghvi, Office of Nutrition, Agency for International Development, SA-18, Department of State, Washington, D.C. 20523, USA

DESCRIPCION:

El *Proyecto Poshak* fue llevado a la práctica en el estado de Madhya Pradesh en 1971, con el objetivo primordial de demostrar la factibilidad de utilizar la red de salud pública existente en el estado (450 Centros de Salud Primarios y centros satélites secundarios) para distribuir suplementos alimenticios, brindar educación a la niñez y prestar mayores servicios médicos con el fin de mejorar las condiciones alimenticias de niños en edad preescolar, mujeres embarazadas y madres en período de lactancia. Su propósito secundario era probar el costo/beneficio de diversos tipos de actividades programáticas y niveles de supervisión. El proyecto comprendió una fase de planificación, una fase exploratoria, una fase de extensión y una última fase de actividades intensivas a gran escala. La fase exploratoria se llevó a cabo en cuatro distritos, la extensiva en siete y la intensiva (orientada hacia la investigación) en uno.

Tres ideas sirvieron de base informativa para el *Proyecto Poshak*. La primera sostiene que los programas alimenticios efectuados en colegios, hospitales o clínicas repercuten muy poco a largo plazo en los hábitos alimenticios de los beneficiarios si no están respaldados por programas de educación nutricional. La segunda afirma que, teniendo en cuenta que frecuentemente es más importante la calidad —y no a la cantidad— de los alimentos que requiere un niño, es preciso convencer a los padres sobre los beneficios de los suplementos dietéticos antes de inscribir a sus hijos en programas

alimenticios. La tercera señala que se obtiene un bien innato al involucrar a la madre y a la familia en el programa— de ahí que resulte benéfico dar más alimentos al niño en su hogar en vez de ofrecérselos en un marco institucional. Las tres hipótesis expuestas quedaron reflejadas en los objetivos prácticos del proyecto: compensar las deficiencias de una infraestructura inadecuada haciendo que el punto final de entrega de los alimentos sea el hogar en vez de la clínica, educar a las familias de los beneficiarios de manera que comprendan la importancia de ofrecer los suplementos alimenticios a quienes deben recibirlos, e integrar los servicios de salud.

El entrenamiento del personal del programa consistió en sesiones de una semana de duración, seguidas de entrenamiento en el trabajo. Se dictaron en total cuatro sesiones formales: la primera para pediatras y otros profesionales en el campo de la medicina altamente capacitados, y las otras tres para personal paramédico, personal sanitario y enfermeras, y para enfermeras-parteras auxiliares. Estos cursos, diseñados en parte para llenar una brecha en los programas académicos de las facultades de medicina, estuvieron estructurados de tal forma que se diera el máximo de prelación a la discusión, la participación y la asimilación de la información. Los participantes en los cursos recibieron también mayores conocimientos sobre los aspectos prácticos relativos a la conducción de programas de

salud comunitarios. Entre los temas tratados se destacan la composición, preparación y uso de los alimentos que se habrían de distribuir, el empleo de equipos y drogas para mejorar la calidad de los servicios médicos y el manejo de los medios de comunicación para la educación.

Durante la fase preparatoria del proyecto se distribuyeron folletos destinados a despejar las dudas de los posibles participantes sobre los motivos que animaban al personal del proyecto y a aumentar el interés en el mismo. En la fase operativa, el personal paramédico que visitaba quincenalmente a cada una de las familias del programa empleaban ayudas visuales sencillas. Se tuvo cuidado de que las fotografías, rotófolios, y diapositivas representaran objetos familiares (por ejemplo, una vaca y un balde en vez de una botella de leche, para representar la leche). La presentación de diapositivas por medio de proyectores a batería fue una medida popular, pero la carencia de camionetas, generadores y otros equipos hizo prácticamente imposible utilizar películas de cine.

RESULTADOS:

En los cuatro años de duración del *Proyecto Poshak*, el consumo de alimentos de sus beneficiarios aumentó constante y apreciablemente. Se obtuvieron, además, beneficios indirectos. Por ejemplo, la imagen de los auxiliares sanitarios adquirió una nueva dimensión ante los ojos de los aldeanos, mejoró la asistencia a los centros de salud primarios y más personas participaron en campañas de vacunación y en programas de planificación familiar.

La mayoría de los problemas que afectaron a quienes realizaron el estudio de factibilidad fueron de orden logístico y administrativo. Entre ellos figuran la apatía de los beneficiarios y de los trabajadores del proyecto, la falta de personal, la preocupación del personal médico por ejecutar programas curativos y de planificación familiar, descuidando los programas de nutrición, y los cambios en la composición de los alimentos distribuidos como parte del programa. El clima y las características geográficas de la región también ocasionaron problemas, algunos de ellos casi insuperables.

Aunque es discutible, el *Proyecto Poshak* se considera un éxito en la medida en que, como consecuencia directa de él, un apreciable número de mujeres y niños pobres y desnutridos de más de 500 aldeas situadas en 12 distritos gozaron de mejor salud. Sin embargo (dado que el objetivo principal del experimento era probar la factibilidad de utilizar una determinada estructura de servicios) los criterios adecuados para evaluar las repercusiones del proyecto son su eficacia, su costo y las posibilidades de duplicarlo. A primera vista, parece que el proyecto tuvo éxito también en este sentido, ya que los muchos obstáculos que se presentaron no impidieron la distribución eficaz de alimentos, del material educativo y suministros — lo que constituía el objetivo del experimento.

ASPECTOS QUE MERECE DESTACARSE:

- Al comienzo del programa de planificación familiar, el patrocinio de éste por parte del gobierno fue recibido de una manera bastante negativa. Sin embargo, esta situación cambió completamente a los pocos meses de iniciado el programa de nutrición. El personal del Centro de Salud atribuyó esto al mayor entendimiento mutuo, a las visitas a los hogares y a la disponibilidad de alimentos y educación en los Centros de Salud.
- De los alimentos distribuidos a los hogares, entre el 30 y el 50 por ciento fue consumido por niños en el grupo de edad de 1 a 3 años, el 10 por ciento por bebés de menos de un año de edad y el resto por otros miembros de la familia. Las mujeres embarazadas consumieron tan solo el 25 por ciento de los alimentos que les fueron entregados y las mujeres en período de lactancia únicamente el 60 por ciento.
- Tres estudios realizados como parte de este experimento abarcaron (1) los efectos comparativos de cobrar por los suplementos alimenticios y de distribuirlos gratuitamente, (2) la eficacia relativa de utilizar como centros de distribución las escuelas rurales en vez de las clínicas, y (3) las ventajas y desventajas de ofrecer raciones alimenticias para ingerir en las clínicas, en comparación con la distribución de raciones para llevar al hogar.
- Aunque explícitamente invitadas a inscribirse en el programa, muchas mujeres encintas rehusaron hacerlo puesto que temían que el admitir el embarazo les atraería el "mal de ojo", no deseaban ser examinadas por médicos de sexo masculino o no entendían la necesidad de nutrirse mejor durante el embarazo.
- El estado de Madhya Pradesh fue seleccionado como sitio para ejecutar el proyecto en parte porque representa un medio de condiciones adversas. Gran parte de la tierra es estéril, su escasa población se encuentra muy diseminada y es de difícil acceso y su promedio de ingresos figura entre los más bajos de la India.

REFERENCIAS:

"The Poshak Nutrition Project in India", Margot Higgins en *Nonformal Education and the Rural Poor*, Richard O. Niehoff, ed., Michigan State University, 1977.

Project Poshak: An Integrated Health-Nutrition Macro Pilot Study for Preschool Children in Rural and Tribal Madhya Pradesh (dos volúmenes), CARE-India, 1975.

Nutrition Planning Vol. 1, No. 1, febrero de 1978.

Clearinghouse on Development Communication
Enero de 1979

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD SOBRE NUTRICION

Túnez

BENEFICIARIOS:	Las familias de escasos recursos en las zonas deprimidas rurales y urbanas
OBJETIVO:	Comprobar la eficacia de combinar el sistema de educación actual de persona a persona con un programa de educación sobre nutrición por radio, que es más económico
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio y comunicaciones interpersonales
DONANTES-PATROCINADORES:	La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional y el Instituto Nacional de Nutrición (NIN) de Túnez
DURACION:	Concebida en 1975; se concluyó su etapa piloto en 1978; continúa bajo el patrocinio del NIN
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Sara J. Munger, Synectics Corporation, 4790 William Flynn Highway, Allison Park, Pennsylvania 15101, U.S.A.; Dr. Zouhair Kallal, Director, National Institute of Nutrition and Food Technology, 11 rue Aristide Briand, Bab Saadoun, Tunis, Tunisia

DESCRIPCION:

Un estudio nacional sobre nutrición llevado a cabo por el Instituto Nacional de Nutrición (NIN) de Túnez en 1975 mostró que existían varios problemas serios de nutrición en la mayor parte de la población de escasos recursos de Túnez. Entre los más graves se encontraban las deficiencias vitamínicas, producto de la crianza dada a los niños, ya que se los mantiene fajados y se evita su exposición al sol, no se les proporcionan suplementos nutritivos además de la leche materna y no se dan a los niños alimentos ricos en proteínas. La verificación de estos problemas llevó a que el NIN considerara patrocinar una campaña a través de los medios de difusión para que los padres de los niños se informen de prácticas nutritivas sencillas que pudieran corregir las deficiencias identificadas y motivarlos a probar tales prácticas. Al mismo tiempo, la Dirección de Apoyo al Desarrollo de la AID de EE.UU. había contratado una firma estadounidense de consultores para llevar a cabo un proyecto experimental para determinar formas de combinar el uso de los medios de difusión masivos con los programas existentes de educación no convencional. Luego de examinar a Colombia, Honduras y Túnez como sitios potenciales para este proyecto, la AID seleccionó a Túnez como el más representativo y receptivo de los países para realizar el proyecto.

Se seleccionó la radio como el medio para esta campaña porque pareció ser el mejor para llegar al número más elevado de madres en zonas rurales. En los comienzos del proyecto, los consultores y el NIN decidieron utilizar mensajes radiales cortos, en lugar de

programas de debate prolongados. Esta decisión se basó en parte en experimentos previos llevados a cabo en Nicaragua y Filipinas que demostraron que los mensajes simples que se repiten pueden ser efectivos para educar a las poblaciones numerosas sobre la nutrición. Los mensajes radiales se desarrollaron sistemáticamente y se probaron con anterioridad en las clínicas locales de Salud Materno-Infantil (MCH). Los miembros de la Emisora Nacional de Radio agregaron la música y las introducciones.

Se seleccionaron cinco temas básicos: la importancia de que el niño esté expuesto al sol, la necesidad de proporcionar alimentos suplementarios durante el primer año de vida de los niños, la importancia de los huevos y los alimentos proteínicos en las dietas de las madres y de los infantes sanos, la adición de hortalizas en la dieta de la madre y del niño y la importancia de amamantar al bebé. El tema de las "frutas y hortalizas" fue tratado, por ejemplo, de siete formas diferentes y el "uso de proteínas" en nueve segmentos. El portador de estos mensajes es el personaje ficticio y ahora ampliamente conocido del "Dr. Hakim," una figura respetable que brinda consejos prácticos (y cuyo nombre significa en árabe "sabio").

La programación de las transmisiones fue organizada para asegurar que tanto los padres como las madres puedan escuchar los mensajes. Primero, se emitieron dos mensajes (de uno a dos minutos de duración cada uno) tres veces al día. Pero durante las primeras

semanas del programa, la crítica de tunecinos educados movió a los programadores a reducir el número de programas a dos por día. La crítica se basaba en la falta de acceso a algunos alimentos mencionados en los programas y reflejaban también la creencia de algunos tunecinos de que los mensajes cortos y repetidos a menudo eran un insulto a la inteligencia de los tunecinos. Sin embargo, estas críticas se redujeron cuando los países vecinos empezaron a expresar interés en duplicar el programa tunecino y cuando el personal del NIN respondió directamente a las críticas publicadas y se obtuvo consecuentemente el apoyo de la prensa.

Se investigó el impacto de la campaña educativa por medio de entrevistas con las madres que asistieron a las clínicas materno-infantiles. El proyecto seleccionó 16 clínicas: 8 de las cuales presentarían un seminario de medio día para parteras y enfermeras para reforzar la enseñanza no convencional sobre nutrición que ya estaba en progreso y ocho clínicas en las que no se complementarían los programas radiales con los seminarios. Se preparó un cuestionario y se lo probó con anterioridad para ser utilizado al fin de los seis meses de radioemisión para determinar los conocimientos, actitudes y prácticas de los participantes en relación con los cinco temas recalcados en el proyecto.

RESULTADOS:

El éxito del programa más claramente demostrable ha sido la adopción de los medios de difusión como estrategia continua para la educación sobre la nutrición por parte del Instituto Nacional de Nutrición de Túnez. El proyecto emana de la inversión relativamente pequeña en capacitación y desarrollo de programas y tiene lugar en un medio en el cual prácticamente no existe la publicidad. Este compromiso de continuar el programa de comunicación demuestra, quizás de forma más tangible que cualquier estadística de evaluación, la convicción del personal del Instituto Nacional de que las comunicaciones representan una contribución importante para extender la instrucción sobre la nutrición a grandes números de habitantes en las zonas rurales de escasos recursos.

Los datos provenientes de una variedad de fuentes, incluyendo los comentarios anecdóticos y entrevistas detalladas, indican que el personaje central del programa —el Dr. Hakim— es una figura ampliamente reconocida en Túnez. Un 88 por ciento de las madres entrevistadas identificaron al Dr. Hakim cuando se les preguntó quien daba los mensajes sobre nutrición por la radio. Gracias al Dr. Hakim, la nutrición se ha convertido en un tema de preocupación general en todo el país. Ha quedado finalmente establecida la capacidad que tiene el programa del Dr. Hakim de llegar a la sociedad tunecina.

La complejidad de reunir una información confiable para la evaluación de los cambios específicos en la conducta de la población en materia de la nutrición hace que las conclusiones sobre el éxito del programa sean menos concluyentes. Junto con las respuestas a determi-

nadas preguntas en el cuestionario, la información de las clínicas de un aumento en el uso de SAHA, un alimento suplementario recomendado en los programas radiales, sugiere que el conocimiento de las madres y quizás hasta su conducta fueron influenciados positivamente por el programa. Si se acepta que muchos de los indicadores objetivos pueden ser imperfectos, los aumentos autoreportados sobre la exposición de los niños a la luz solar a una edad más temprana es un signo positivo de un posible éxito. Quedan por responder muchas preguntas acerca de la capacidad de las comunicaciones para alterar realmente la forma en que la población actúa, y este programa substancia aún más la necesidad de encontrar estrategias más creativas e innovadoras para medir los resultados obtenidos.

ASPECTOS QUE MERECE DESTACARSE:

- Aunque este proyecto se llevó a cabo con la ayuda de consultores, las decisiones básicas estuvieron en las manos de los mismos tunecinos.
- No se pudo ejercer control alguno sobre la exposición a los mensajes radiales. (La mayoría de las familias en Túnez poseen por lo menos una radio.)
- La firma tunecina "El Amouri Intitute in Applied Psychology" (Instituto el Amouri de Psicología Aplicada) fue subcontratado para ayudar a desarrollar el mensaje y a reunir los datos.
- Los programas radiales se transmitieron en árabe, de modo que aunque fue algo limitada la contribución del contratista al contenido del mensaje final, el mismo no sufrió de los "efectos de traducción."
- Los programas radiales no consistieron en anuncios rápidos, sino en conferencias cortas sobre temas seleccionados relativos a la nutrición.
- En un sentido estricto, el diseño del proyecto es válido sólo si existen dos grupos diferentes para el experimento, lo cual no ocurrió en este caso dado que los profesionales médicos hablaron con los grupos de control.
- El efecto poderoso de la radioemisión probablemente se debió en parte al hecho de que el ambiente en el cual se transmitieron los mensajes no cuenta con muchos medios de difusión.
- Los seminarios y eventos especiales fueron diseñados para motivar a los profesionales médicos a que relacionen los esfuerzos educativos existentes con los programas radiales.

REFERENCIAS:

"Mass Media and Nonformal Nutrition Education: Final Study Report," Sara J. Munger, Documento C-T0696-Y, Synectics Corporation, octubre de 1978.

Documentos del proyecto que no han sido publicados, 1976-1978.

"A New Voice in the Village —Radio Nutrition

Education in Tunisia," William Smith, una producción en video cinta preparada por la Academia para el Desarrollo Educativo para la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, 1979.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1979

MEDIOS DE DIFUSION MASIVOS VS. PROGRAMA DIRECTO DE EDUCACION

México

BENEFICIARIOS:	Las madres de niños de hasta cinco años de edad
OBJETIVO:	Probar la eficacia de las técnicas de difusión masiva en comparación con los métodos directos de educación para transmitir los conceptos básicos de higiene, salud y dieta
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio, folletos, carteles o afiches, comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	El Instituto Nacional de la Nutrición, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México
DURACION:	1976
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	María Teresa Cerqueira, Investigadora Principal, División de Nutrición, Instituto de Nutrición, Avda. San Fernando y Viaducto Tlalpan, México 22, D.F., México

DESCRIPCION:

En 1976, México puso en ejecución un proyecto para comparar la eficacia de los *Medios de Difusión Masivos* vs. *La Educación Directa* para transmitir información sobre la salud y la nutrición a las madres en las zonas rurales que tienen hijos de hasta cinco años de edad. Se seleccionaron tres comunidades rurales para el proyecto: una recibiría información sobre nutrición mediante el formato tradicional en las aulas; la segunda lo haría a través de los medios de difusión masiva y la tercera serviría como grupo de control. Se completaron estudios de la comunidad para garantizar poblaciones homogéneas que reunieran los siguientes criterios: 1) economías basadas en la agricultura; 2) poblaciones de tamaño similar; 3) acceso igual a los centros urbanos o de mercado; 4) servicios públicos equivalentes, tales como agua, electricidad, educación y recepción radial; y 5) falta de servicios médicos. Las tres comunidades se encuentran en el mismo estado, a unos 150 kilómetros al oeste de la ciudad de México.

Se llevó a cabo una encuesta del mercado para identificar los alimentos disponibles localmente. Se realizó una encuesta para determinar los hábitos alimenticios de una muestra al azar de 120 madres con niños de hasta cinco años de edad. Por último, se les dió un cuestionario a las madres incluidas en la muestra para determinar su grado de conocimientos sobre la nutrición. Cada entrevista duró unos 20 minutos y estuvo a cargo de tres estudiantes de nutrición del último curso.

El programa directo de educación (en las aulas) fue dictado por tres estudiantes de nutrición durante un período de 12 semanas y consistió en dos clases por

semana de dos horas de duración cada una, presentándose los principios y discusión en un día, y la demostración y práctica en el siguiente. Se dictaron un total de cuatro unidades; cada una llevó tres semanas para completarse. La Unidad 1 explicó como presupuestar los fondos para una dieta adecuada, agregando frutas y hortalizas y preparando platos de alto contenido nutritivo y bajo costo. La Unidad 2 trató sobre la alimentación del infante, nutrición, leche materna, alimentos sólidos, y alimentos de bajo costo para niños. La Unidad 3 presentó dietas durante el embarazo, variedad en las mismas y tabúes alimenticios. La última unidad trató sobre la higiene durante el lavado, preparación y almacenaje de alimentos y utensilios usados.

La campaña a través de los medios de difusión masivos también tuvo lugar durante el mismo período de 12 semanas. Se utilizaron anuncios radiales, folletos y carteles para cubrir los mismos temas de las cuatro unidades educacionales. Los anuncios radiales consistieron en cuatro canciones de tres minutos de duración cada una. Se distribuyeron tres folletos a las madres incluidas en la muestra y en escuelas, iglesias y tiendas locales. El primer folleto trató sobre la dieta, las combinaciones alimenticias y la importancia de la variedad en el consumo de alimentos. El segundo abarcó nutrición infantil y preparación de alimentos. El tercero mostró como preparar un puré de frijoles y maza de tortillas. Los tres folletos estuvieron disponibles por un mes cada uno. Los cuatro carteles se diseñaron para coincidir con las cuatro unidades. Cada uno de los afiches o carteles fue distribuido a las madres que participaban en la muestra de la población y se los

expuso en las escuelas, iglesias, tiendas y otras áreas públicas en la comunidad. Los afiches se distribuyeron cada tres semanas en la misma secuencia que las unidades de instrucción.

Una vez que se completó la campaña de 12 semanas, se llevó a cabo un estudio en las tres comunidades para determinar la cantidad de información que cada comunidad había retenido. Se administró nuevamente el cuestionario previo al programa pero colocando las preguntas en un orden diferente, para determinar el cambio en los niveles de nutrición en las tres comunidades. En total se administró el cuestionario cuatro veces: inmediatamente antes y después del proyecto, una vez más al cabo de tres meses y por último un año después del programa. Junto con el último cuestionario se tomó también una encuesta dietética para definir los hábitos alimenticios de la población. Dado que el cuestionario media el cambio en el conocimiento nutritivo y la encuesta dietética media el cambio en los hábitos de consumo, el proyecto pudo comparar la eficacia de las dos campañas para producir un cambio de actitudes y comportamiento.

RESULTADOS:

Tradicionalmente se ha pensado que los medios de difusión masivos impersonales, no podían competir con la comunicación interpersonal para producir un cambio a largo plazo en las actitudes íntimas y en el comportamiento, por ejemplo la alimentación. Así que se pudo haber esperado que el grupo en el aula recibiría un puntaje más alto en el conocimiento y adopción de los hábitos alimenticios nutritivos. Sin embargo, en esta campaña, tanto el grupo en el aula como el que recibió la información a través de los medios de difusión masivos aprendieron los conceptos nutritivos igualmente bien. El grupo en el aula aumentó sus conocimientos sobre nutrición en un 53 por ciento, mientras que el grupo que los recibió por medios de difusión masivos los aumentó en un 54 por ciento. Sorpresivamente, el grupo de control aumentó sus conocimientos en un 19 por ciento. Aunque no fueron seleccionados para recibir información sobre nutrición de programa alguno, se encontraban lo suficientemente cerca de la comunidad que recibió la información a través de los medios de

difusión masivos para que escucharan las transmisiones radiales. Esta "repercusión" del mensaje puede ser responsable del aumento de los conocimientos en un 19 por ciento.

Tanto los hábitos alimenticios de los grupos en el aula como los que recibieron los medios de difusión masivos cambiaron de manera positiva. El grupo del aula informó que estaba comiendo tres veces más fruta, pescado y aceite mientras el grupo que recibió la información a través de los medios de difusión cuadruplicó el consumo de pescado, fruta y hortalizas. Ambos grupos disminuyeron el consumo de manteca, maíz y bebidas gaseosas. Como nota de interés, el grupo de control también modificó sus hábitos alimenticios, pero para empeorarlos. Aumentó el consumo de alimentos más prestigiosos y menos nutritivos tales como el azúcar, pan y bebidas gaseosas, mientras disminuyeron el consumo de alimentos nutritivos tradicionales como los frijoles y el chile.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- La economía puede haber influenciado el cambio en los hábitos alimenticios, ya que durante el año en que se llevó a cabo el experimento, el precio de manteca casi se duplicó, mientras los precios de los aceites vegetales se mantuvieron constantes.
- Tradicionalmente no se comía ni pescado ni hortalizas antes de la campaña.

REFERENCIAS:

"A Comparison of Mass Media Techniques and Direct Method for Nutrition Education in Rural Mexico," *Journal of Nutrition Education*, Vol. II, No. 3, julio-setiembre de 1979, pp. 133-37.

"Los medios masivos de comunicación: Un instrumento útil en la enseñanza de la nutrición," *Cuadernos de Nutrición*, Vol. 3, julio-agosto-setiembre de 1978, pp. 287-95.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1980

EL PROYECTO MODELO DE PLANIFICACION FAMILIAR EN ISFAHAN



Irán

BENEFICIARIOS:	Mujeres de los distritos urbanos y rurales de Irán
OBJETIVO:	Aumentar la aceptación de los anticonceptivos por parte de las mujeres, y promover su uso continuo por parte de las que inicialmente participaron en los programas de planificación familiar
MEDIOS DE DIFUSION:	Banderines, correspondencia, películas, radio, televisión, prensa, exposiciones
DONANTES-PATROCINADORES:	Oficina de Población y Planificación de la Familia en Irán; Ministerio de Salud de Irán
DURACION:	La etapa modelo duró desde junio de 1972 hasta junio de 1974; en otras partes de Irán se están introduciendo ahora proyectos similares
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Dr. Medhi Loghmani, Deputy Director, Ministry of Health, 212 Abbas Abad St., Isfahan, Iran; Roy C. Treadway, Illinois State University, Normal, IL 61761, U.S.A.; Robert Gillespie, Director, Population Communications, 295 West Green Street, Pasadena, CA 91105, U.S.A.

DESCRIPCION:

El *Proyecto Modelo de Planificación Familiar* es un ejemplo de un enfoque integrado para la planificación familiar. El proyecto, que tuvo lugar en Irán entre junio de 1972 y junio de 1974, utilizó simultáneamente cinco medios para llegar a la población que se trataba de beneficiar: 1) clínicas públicas y privadas; 2) farmacias locales y centros de abastecimiento; 3) funcionarios médicos y paramédicos, en el campo de la planificación familiar; 4) agentes comunitarios que trabajan a tiempo parcial; y 5) medios de comunicación. Todas las facetas del programa se habían sometido a prueba con anterioridad, en los distritos de estudio de Najafabad y Shahreza, y estimularon, en distinto grado, la aceptación de la planificación familiar. Los diseñadores del proyecto buscaban la mejor combinación de sus distintos componentes.

El programa Nacional de Planificación Familiar de Irán, que fue iniciado en 1967, y el Proyecto de Comunicaciones de Isfahan, que comenzó en agosto de 1970, prepararon el camino para el Proyecto Modelo. En el segmento de planificación familiar del Proyecto de Comunicaciones, que duró ocho meses, se utilizaron la radio, películas, exposiciones, el correo, folletos, banderines, la prensa y anuncios en revistas, y una furgoneta que proporcionó información familiar a fin de crear nuevas demandas para servicios de planificación. Al mismo tiempo, el *General Functionary Project* (Proyecto Funcional General) promovió las metas del Proyecto de Comunicación, educando a un número seleccionado de miembros del grupo beneficiario en: los aspectos socioeconómicos del crecimiento demográfico, los benefi-

cios de la planificación familiar y el uso de los métodos anticonceptivos.

Algunos representantes de agencias gubernamentales y semigubernamentales (The Red Lion and Sun Association, The Imperial Organization for Social Services, y otras) trabajaron en íntima colaboración con el personal del Proyecto Modelo, en la organización de 20 centros de colocación de dispositivos intrauterinos y de 49 centros de distribución de píldoras y condones en 41 pueblos.

RESULTADOS:

En general, se ha considerado que el *Proyecto Modelo de Planificación Familiar* fue un éxito: el número de mujeres casadas entre los 15 y los 44 años de edad que utilizaron métodos anticonceptivos aumentó de un 6 a un 21 por ciento entre junio de 1972 y junio de 1974. Las tasas de abandono (23 por ciento para las usuarias de dispositivos intrauterinos y 20 por ciento para las usuarias de píldoras) resultaron ser bastante elevadas, pero los efectos motivacionales y educativos del proyecto, al parecer, también fueron alentadores. Casi todas las mujeres que participaron en el estudio (96 por ciento) conocen la existencia y disponibilidad de los anticonceptivos, y un 48 por ciento han probado, al menos un método.

De acuerdo con los evaluadores, el personal médico y paramédico fue el que mayor influencia tuvo en la aceptación por parte de las mujeres de los métodos

anticonceptivos. El papel desempeñado por las comunicaciones de masa, en fortalecer la comunicación interpersonal — los mensajes recibidos por los amigos y familiares que, a su vez, los transmiten a las mujeres — continúa siendo una clave variable, aunque desconocida. Los estudios posteriores no fueron diseñados para medir la eficacia de las películas, folletos, anuncios breves por radio, y anuncios en revistas y periódicos en términos de lograr apoyo para el Proyecto Modelo o para el propio mensaje.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Se buscó la colaboración de los agentes de la comunidad local — maestros de escuela, líderes de los pueblos, parteras locales, agentes de divulgación agrícola, barberos, agentes de alfabetización y conductores de taxi — con el fin de aumentar el número de personas que aceptaran las píldoras, condones y dispositivos intrauterinos. Estos agentes, la mayoría de ellos voluntarios, reclutaron solamente a un 20 por ciento de los nuevos usuarios de los métodos anticonceptivos, pero el apoyo y credibilidad que dieron al programa fueron esenciales para su éxito.
- Todos los mensajes transmitidos a través de los órganos de difusión se concentraron en dos preguntas:

“¿Qué es mejor, tener dos o tres niños?” y “¿Qué método es mejor, el dispositivo intrauterino, la píldora, o el método permanente?”

- Durante la campaña a través de los medios de difusión, un equipo, patrocinado por la UNESCO, proyectó la película: *Mass Media and the Field Worker* que trata sobre la manera en que los medios de difusión reforzaban la comunicación interpersonal en esta actividad. Se pueden obtener copias de esta película dirigiéndose a: Division of Development Application of Communication, UNESCO, 7, place de Fontenoy, 75700 Paris, France.

REFERENCIAS:

“The Model Family Planning Project in Isfahan, Iran,” Roy C. Treadway, Robert W. Gillespie, and Medhi Loghmani, *Studies in Family Planning*, Vol. 7, No. 11, New York, New York, noviembre de 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

LA CAMPAÑA DE PLANIFICACION FAMILIAR (HAVE A HEART) TENGAN CORAZON

Jamaica

BENEFICIARIOS:	Hombres y mujeres en edad reproductiva de Jamaica
OBJETIVO:	Convencer a la población del efecto que puede tener la planificación familiar sobre la calidad de la vida y destruir o rechazar la creencia de que la fecundidad es una muestra o imagen de virilidad o feminidad
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio y la prensa
DONANTES-PATROCINADORES:	La Junta Nacional de Planificación Familiar
DURACION:	El programa fue instituido en 1975 y continúa aun
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Norma Soas, National Family Planning Board, 5 Sylvan Avenue, P.O. Box 287, Kingston 5, Jamaica

DESCRIPCION:

La Campaña de Planificación Familiar, *Have a Heart*, (Tengan Corazón), fue establecida cuando el Gobierno de Jamaica comprendió que era necesario fortalecer su programa de planificación familiar a fin de controlar la escasez de alimentos, el hacinamiento, el subempleo y el desempleo. El proyecto complementó una serie de actividades patrocinadas por el gobierno iniciadas en 1970 para aumentar el conocimiento de los anticonceptivos y la receptividad de su uso. Si bien las campañas anteriores tuvieron temas como "Planifique su familia, mejore su vida" y "Muchacha, no tienes que quedar encinta", y hacían hincapié en los beneficios que la planificación familiar le ofrece al individuo, el proyecto *Have a Heart* subrayó otros aspectos y la inquietud por el futuro, así como el interés propio.

La parte correspondiente a la información pública de la campaña *Have a Heart* comenzó en 1975 con breves anuncios en la radio y la prensa destinados a familiarizar a la población del país con toda la gama de productos anticonceptivos; a fomentar el uso de la píldora y el condón en particular, y a crear una conciencia general del papel que la planificación familiar tiene en el desarrollo personal y nacional. En una serie de 34 transmisiones por radio, de cinco minutos de duración, titulada *Family Life Education* (Educación de la vida familiar), se trataron las funciones y estructuras de la familia, la nutrición, la importancia de la privacidad en el hogar y diez o doce otros temas relacionados con la familia.

En programas de radio posteriores se trató la vida sexual y la planificación familiar más explícitamente. Entre otras cosas, se informó a los radioyentes sobre la

forma en que debían de seleccionar un método de control de la natalidad; sobre cómo explicar la reproducción y la anticoncepción a los niños, sobre el desarrollo del niño en el útero materno, sobre cómo obtener servicios de asesoramiento, y cómo evitar y detectar las enfermedades venéreas.

La fase actual de las actividades de divulgación, que complementan la campaña *Have a Heart*, gira en torno a los anuncios de toda una página en la prensa local. Las fotos y el texto refuerzan los mensajes anteriores, extendiendo la discusión de la planificación familiar a temas como el abuso de los niños y la fisiología de la reproducción humana, y generan miles de solicitudes de información.

RESULTADOS:

Nueve meses después del comienzo de la campaña, se promulgó un sistema viable de comercialización de anticonceptivos con el cual se llegó a muchos hogares, que antes habían quedado al margen de campañas previas de control de la natalidad. Las distintas marcas de anticonceptivos recomendadas y distribuidas por el proyecto no sólo captaron una buena parte del mercado, sino que las ventas de anticonceptivos en general alcanzaron altas cifras. Más aun, como resultado directo de la campaña, se estableció una Oficina de Asesoramiento (a la cual podían escribir, telefonear o venir las personas y solicitar consejo personal) en la Junta Nacional de Planificación Familiar.

El empleo por la campaña *Have a Heart* de los medios de difusión, constituyó tal éxito, que las actividades de la

Junta Nacional de Planificación Familiar, programadas hasta 1980, seguirán líneas análogas, ampliando el enfoque hasta incluir un uso más completo de los medios de comunicación basados en la comunidad.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE

- Los condones se comercializaron con el nombre de "Panther", mientras que los anticonceptivos orales se vendieron con el nombre de "Perla". Ambos productos se envasaron atractivamente y en su empaque se tuvieron en cuenta las ideas prevalecientes del papel que corresponde al varón y a la mujer.
- Se utilizaron anuncios comerciales típicos junto con anuncios breves por radio y materiales impresos que incorporaron discusión por parte de los usuarios.
- Para facilitar la difusión de la información, el personal encargado de la campaña identificó cuatro grupos de beneficiarios básicos: la "nueva generación", la "generación mal informada", los "líderes de la opinión", y los niños de edad escolar. Se estableció

contacto con cada grupo, teniendo en cuenta sus características especiales.

- Más del 75 por ciento de los encuestados recientemente por el Instituto "Mass Communications" de la Universidad de las Indias Occidentales declaró haber aceptado la planificación familiar como un elemento positivo para el desarrollo de Jamaica.

REFERENCIAS:

"Jamaica's Family Planning Communication Program Now Based on 'Have a Heart'", *IEC Newsletter*, No. 25/26, East West Center, Honolulu, Hawaii, USA, 1977.

"Use of Community Media Resources in a Communication Enterprise", Norma Soas, Caribbean Food and Nutrition Institute, mimeo. J-113-76, Trinidad, septiembre 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

METODO DE ANALOGIA AGRICOLA PARA LA PLANIFICACION FAMILIAR

Filipinas

BENEFICIARIOS:	Campeſinos filipinos
OBJETIVO:	Introducir la planificación familiar entre los campeſinos sin utilizar términos técnicos desconocidos para ellos
MEDIOS DE DIFUSION:	Cuadros de hojas movibles, revistas cómicas, comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	El Instituto Internacional de Reconstrucción Rural (IIRR) con fondos procedentes de SCAIFE Charitable Family Funds, Communication Foundation for Asia (CFA) y Family Planning International Assistance (FPIA)
DURACION:	El proyecto comenzó a principios de 1974; actualmente está en vías de evaluación
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Dr. Juan Flavier, International Institute of Rural Reconstruction, Silang, Cavite, Philippines; Dr. Hans Groot, IIRR

DESCRIPCION:

El trabajo fundamental para la producción de los cuadros de hojas movibles y las revistas cómicas, utilizando el concepto de *Método de Analogía Agrícola para la Planificación Familiar* fue realizado en 1974 cuando el Instituto Internacional de Reconstrucción Rural y la "Communication Foundation for Asia" decidieron utilizar fondos de la FPIA para desarrollar y producir conjuntamente materiales aptos para utilizarlos en relación con la educación en planificación familiar. Específicamente, convinieron en crear y someter a pruebas previas una serie de doce revistas cómicas y cuatro cuadros de hojas movibles con los que complementar el "método de analogía agrícola" para el aprendizaje.

El método de analogía agrícola propiamente dicho fue concebido hace algunos años por el Dr. Juan Flavier del IIRR, con fondos de SCAIFE, como medio de familiarizar a la población rural con nuevos conceptos sin necesidad de introducir términos que el pueblo jamás había escuchado. Los componentes principales de este método agrícola consisten en utilizar paralelismos o analogías sacadas del ambiente agrícola como medio de explicar nuevas ideas, en utilizar a la propia población rural para la formulación de estas analogías, en celebrar debates en grupos constituidos por siete a diez miembros cada uno para discutir las analogías, y en subrayar la importancia de la responsabilidad personal y comunitaria.

En los amenos materiales preparados como complemento del *Método de Analogía Agrícola para la*

Planificación Familiar, se subrayó el "por qué" de la planificación familiar, antes de explicar el "qué" y el "cómo". Las revistas cómicas, que se publican mensualmente y constan de 16 páginas cada una, contienen historietas que giran en torno a un tema agrícola único así como una porción central concebida de forma que se relacione el tema con la planificación familiar. En los cuadros de hojas movibles se presentan pares de ilustraciones, una para representar una actividad de planificación familiar, y otra para representar una actividad agrícola, unidas ambas por un rótulo o leyenda. Los paralelismos y temas específicos que se abarcaron fueron seleccionados cuidadosamente después de que el personal encargado del proyecto pasó una semana con los campeſinos y pescadores a los que estaba dirigido el proyecto.

Después de concebidos y sometidos a prueba, los materiales fueron distribuidos a través de unos veinte centros rurales de salud de la provincia de Cavite. Se enviaron y distribuyeron 50.000 ejemplares de cada número de las revistas cómicas así como 200 juegos de 15 piezas de los cuadros de hojas movibles, con el fin de someter a prueba la noción de que mediante la distribución de los medios de divulgación al público en general era posible ampliar considerablemente la esfera de influencia de un agente de planificación familiar. También se trató de evaluar la forma en que la población rural aceptaba los órganos de difusión, el lenguaje y ejemplos con los que estaban familiarizados para la introducción de un tema que les era desconocido.

RESULTADOS:

De acuerdo con los informes preliminares del IIRR, las tasas de fecundidad entre las mujeres de Cavite han descendido como resultado del experimento en el que se emplearon analogías sacadas del medio agrícola para introducir los conocimientos sobre la planificación familiar. Aun cuando las tasas de fecundidad han descendido también entre las mujeres que fueron entrevistadas por los agentes de planificación familiar utilizando tácticas más convencionales, esa reducción fue mucho menos espectacular que la lograda con el grupo experimental.

Los órganos de difusión utilizados en la campaña fueron evaluados por entidades distintas. La firma J. Walter Thompson, una compañía publicitaria, celebró tres series de entrevistas en cuatro pueblos de Cavite para determinar el efecto que habían tenido las revistas cómicas. A raíz de la evaluación, se constató que estas revistas cómicas lograban transmitir conocimientos sobre la planificación familiar y sobre su forma de actuar y sus razones, pero ejercían poca influencia sobre las actitudes de las madres hacia su práctica. Se constató, además, que si bien las revistas cómicas transmitían el mensaje de planificación de la familia, su eficacia habría sido mayor si hubiesen incluido discusiones sobre los efectos secundarios que entraña el uso de los distintos modos de control de la natalidad. En su evaluación de los cuadros de hojas movibles, la Universidad de las Filipinas constató que dichos medios eran más efectivos que los dispositivos didácticos convencionales, para estimular el interés de la población rural y

incrementar sus conocimientos sobre la planificación familiar.

ASPECTOS QUE MERECE DESTACARSE:

- En intentos previos para enseñar la planificación familiar en las Filipinas, se empleó inglés hispanizado y palabras recién acuñadas, con lo cual se confundió y alienó a los participantes de esos programas.
- El uso de encabezamientos en verso aprovecha la gran afición de la población rural de las Filipinas por el *balagtasan* (debate en verso) y los *duplos* (pareados), dos formas de arte popular.
- El "método agrícola" fue sugerido inicialmente por una campesina en una conversación con el Dr. Flavier. "Ud. mencionó ovarios, ovo, útero; y sinceramente, esas palabras no significan nada para mí", dijo; "pero las entiendo en términos de porotitos verdes, cuyas semillas salen de la vaina y crecen en tierra fértil."
- Las analogías se derivaron de cuatro categorías: plantas, animales, artículos del hogar, y creencias.

REFERENCIAS:

"Agricultural Approach to Family Planning", Demetrio M. Maglalang, Communication Foundation for Asia, Manila, Philippines, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

LOS HIJOS DE MI HERMANO

Nigeria

BENEFICIARIOS:	Habitantes urbanos relativamente afluentes entre los nueve millones de Yorubas de los estados del Occidente y de Kwara
OBJETIVO:	Fomentar la planificación familiar, presentándola en el contexto de la cultura indígena tradicional
MEDIOS DE DIFUSION:	Películas, materiales impresos y comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	Consejo de Planificación Familiar de Nigeria; Federación Internacional de Planificación Familiar
DURACION:	Concebido y ejecutado en 1971
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	W. Ogionwo, Family Planning Council of Nigeria, P.O. Box 12657, Lagos, Nigeria; International Planned Parenthood Federation, 18/20 Lower Regent St., London SW1Y4PW, England

DESCRIPCION:

En 1971 el Consejo de Planificación Familiar de Nigeria se asoció a la Federación Internacional de Planificación Familiar para patrocinar un programa de educación en planificación familiar, cuyo exponente principal lo constituiría una película. Luego de consultar entre sí, los dos organismos decidieron dirigir la campaña hacia los pueblos Yoruba, debido a que los materiales educativos debían formularse teniendo en cuenta las costumbres regionales y culturales específicas de la tribu, para lograr el impacto deseado entre el público. Otros dos factores que influyeron en la selección de dichos beneficiarios fueron la presencia prolongada del Consejo en el territorio de Yoruba y el éxito de sus servicios clínicos e instalaciones en Kwara y en el estado Occidental.

Ambas organizaciones contrataron los servicios de una compañía cinematográfica comercial de Gran Bretaña para producir la película "Los hijos de mi Hermano" ("My Brother's Children"). Dicha compañía, a su vez, subcontrató a otro organismo para efectuar una encuesta básica de las opiniones de los pueblos Yoruba sobre el papel aceptable que pueden desempeñar las mujeres, las estructuras familiares, y el tamaño de las familias. Con base en esta encuesta, los investigadores llegaron a la conclusión de que los miembros mayores de las familias (se trata de familias más extendidas que nucleares) determinan las actitudes y el comportamiento de la misma; que los miembros de la familia asumen la responsabilidad por su bienestar; que las esposas ocupan una posición inferior y dependiente de los intereses de sus esposos; que las mujeres contribuyen en forma sustancial, aunque errática, a la economía de la

familia; que los hombres tienden a medir su virilidad en términos del número de hijos que sus esposas traen al mundo, y que la reducción de la poligamia en Nigeria (con la acostumbrada separación de los hombres de sus esposas mientras éstas amamantan a sus hijos) ha afectado adversamente los esfuerzos para controlar la población.

Cuando concluyó la preparación del guión, los productores colaboraron con dos especialistas Yorubas —uno de los cuales es un actor de renombre— en la elaboración del libreto final. Luego una compañía profesional local filmó la versión pulida de la obra en una comunidad Yoruba. Finalmente, en base a las respuestas obtenidas luego de una presentación de prueba, se editó la película.

La publicidad lanzada con anticipación incluía informes periodísticos, entrevistas para la radio y una transmisión televisada de la misma. Cuando se distribuyeron 34 copias de la película durante la Semana de la Planificación Familiar, en diciembre de 1971, se presentaron dos versiones del guión en forma de historietas cómicas. Tanto la película como las historietas se publicaron en inglés y en Yoruba. Otros tipos de publicidad incluyeron afiches, carteles, y la información transmitida directamente por el personal de campo del programa nigeriano de planificación familiar.

De manera típica, la película se exhibía en una clínica de planificación familiar y era seguida por un debate bajo la dirección de uno de los trabajadores de campo. Dicha persona luego estimulaba a los asistentes a expresar sus opiniones sobre la película para luego

pasar a formular planes de acción en base a dichas reacciones. Otras exhibiciones de la película, tanto en Nigeria como fuera del país, fueron ante grupos compuestos de estudiantes universitarios, personas que participan en programas de desarrollo, personal médico y empleados de gobierno.

RESULTADOS:

Un sociólogo nigeriano encargado de estudiar la validez del medio de difusión y del efecto causado por los mensajes llevó a cabo una evaluación de la película "Los Hijos de mi Hermano". Se le pidió que comparara la efectividad de la película por sí sola con la del resto de los programas educativos. Para llevar a cabo dicho estudio, el sociólogo identificó a dos comunidades demográficamente comparables de tribus Yoruba con acceso relativamente fácil a centros urbanos; una de las comunidades rurales serviría de sede al experimento y la otra de control. Después de distribuir cuestionarios en ambas comunidades y de exhibir la película en una, el investigador midió la capacidad de retención del público vidente, los cambios de actitud y la aceptación del mensaje en la película.

El sociólogo concluyó que la película casi no había afectado las actitudes de los que la vieron —un resultado verificado por los especialistas en el campo que la usaron cada vez menos después de la oleada inicial de exhibiciones. Una posible explicación del por qué no se logró cambiar la actitud de las personas mediante el uso de la película podría ser el carácter extraño del medio y del equipo usado para exhibirla, la complejidad del mensaje incluido en la misma, la presentación distorsionada de algunas costumbres locales y la falta de receptividad entre los nigerianos ante cualquier mensaje que pueda considerarse como negativo o como una amenaza.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Se escogió la película como medio principal para esta campaña porque podía incluir la oratoria del tradicional drama didáctico Yoruba, pero a diferencia de

otros medios dramáticos no estaba asociada con los mensajes y los ritos sobre la fertilidad o la virilidad.

- Con el fin de reducir al mínimo la posibilidad de que los videntes pudieran encontrar autoritaria o "sermoneadora" la película, no se permitió que el personaje principal fuera objeto de burlas. Para evitarlo, este personaje actuó de narrador y relató la historia de la fecundidad irresponsable y descontrolada de su hermano.
- El actor principal de la película, Kola Ogunmola, obtuvo una copia de la misma y la incluyó entre sus representaciones personales.
- Se seleccionó una audiencia urbana bajo la suposición de que sería la más receptiva. Se consideró que las parejas urbanas serían más ecuanímenes en términos de toma de decisiones y estarían más dispuestas a comprender que el cambio es necesario, que debe experimentarse con nuevas costumbres y que, a diferencia de las parejas campesinas, no contarían con los niños para que les proporcionaran fuentes adicionales de ingresos.
- Algunos videntes consideraron que la película no era muy realista, como por ejemplo, cuando uno de los venerables ancianos de la comunidad aparecía dando largos consejos a una novia, en lugar de darle su bendición en la ocasión de su boda.

REFERENCIAS:

"Family Planning Education in Action: Some Community-Centered Approaches," IEC Broadsheet No. 8, Judy el -Bushra and Susan Perl, International Extension College and International Planned Parenthood Federation, 1976.

"Family Planners Find Tradition and Child Mortality Barriers to Acceptance of Programs in Rural Nigeria," *World Education Reports*, No. 8, enero de 1975.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1978

EL PROYECTO JAMU

Indonesia

BENEFICIARIOS:	Hombres en edad fecunda de Java y Bali
OBJETIVO:	Fomentar la aceptación de conceptos de planificación familiar y la venta de condones
MEDIOS DE DIFUSION:	Programas radiales, material impreso y comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	Prosperous Indonesia Foundation (YIS); World Neighbors; Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
DURACION:	Desde 1974 hasta el momento presente
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Prosperous Indonesia Foundation (YIS), Jakarta, Indonesia; Lukas Hendrafta y David Piet, Council of Churches in Indonesia, P.O. Box 2357, Jakarta, Indonesia

DESCRIPCION:

En 1972, el Consejo Nacional para la Coordinación de la Planificación Familiar en Indonesia (BKKBN) decidió fomentar las tareas de planificación familiar en Java y Bali, ejecutando sus labores fuera del ámbito de la red de clínicas, dirigidas por profesionales de la medicina, en cada una de las cuales se atiende a un máximo de 35.000 personas. En esta decisión quedaban reflejadas dos hipótesis: que las clínicas existentes no podían atender en forma adecuada las necesidades de una clientela tan voluminosa, y que las labores relativas a la planificación familiar deberían formar parte de las tendencias culturales generales.

La segunda de estas hipótesis, unida a informes sobre el éxito de programas conexos en otros lugares del mundo en desarrollo, llevó a los planificadores a considerar la comercialización de condones a través de un sistema comercial establecido para la distribución de medicamentos. Los programas de planificación familiar de la India, Sri Lanka y Kenia habían utilizado ya en forma satisfactoria sistemas de distribución comercial. Sin embargo, en cada uno de estos casos se había ideado un nuevo sistema de distribución destinado especialmente a la distribución de anticonceptivos. La "Prosperous Indonesia Foundation" contemplaba, por el contrario, una labor de distribución comercial integrada a una red conocida y establecida.

La YIS seleccionó para participar en este proyecto a un solo productor de *jamu*, nombre que hace referencia a un tipo de hierba medicinal tradicional todavía empleada en forma generalizada en Indonesia. La mitad de los medicamentos del productor de *jamu* que fue escogido para participar en el programa son curas para

problemas de salud. La otra mitad de la línea de productos se compone de artículos relacionados con el sexo (cosméticos y artículos que supuestamente aumentan el deseo sexual y el rendimiento). Se esperaba que la asociación de la salud con el amor y la sexualidad ayudaría a interesar en la planificación familiar a aquellos hombres que rara vez se acercan a las clínicas de planificación familiar.

El *Proyecto Jamu* utilizó varios medios de difusión. En programas radiales había cuñas que anunciaban una pócima para la virilidad ("Tome SEKHOT" "sexo ardiente") seguidas por una invitación a "usar los KARET KB" (los condones distribuidos como parte del proyecto) ... "Disfrute plenamente y demuestre su virilidad mientras brinda placer a su pareja y la protege de embarazos no deseados." Los afiches y folletos utilizados por la YIS para la promoción contienen un mensaje sobre planificación familiar y muestran a una familia feliz y saludable, con dos hijos. En cada paquete de condones se incluyen instrucciones ilustradas para su uso.

La actitud del vendedor de productos *jamu* hacia el comprador ha sido descrita como amistosa y personal. Para vender sus artículos la mayoría de los vendedores de *jamu* se valen de charlas informales con sus posibles clientes.

RESULTADOS:

Desde 1974, la venta de condones ha promediado menos de 1.000 gruesas al mes, cifra que la Comisión

Internacional para Investigaciones Aplicadas en Materia de Población ha juzgado como "muy por debajo del nivel necesario para alcanzar la autosuficiencia del programa." Sólo un 40 por ciento, aproximadamente, de los vendedores minoristas de *jamu* vendían KARET KB en el mes de setiembre de 1975. Por consiguiente, con el fin de mejorar las ventas y fomentar el entusiasmo en el producto, el *Proyecto Jamu* emprendió una intensa campaña publicitaria entre octubre de 1975 y marzo de 1976. Tan solo en los meses de octubre a diciembre, 100 emisoras radiales difundieron más de 50.000 cuñas al respecto.

A raíz de la propaganda intensiva, se informó que las ventas mensuales habían aumentado a más de 1.500 gruesas y que el porcentaje de minoristas dedicados a la venta de los condones había subido del 40 al 49 por ciento. No obstante, al finalizar la campaña, las ventas descendieron a su antiguo nivel. De un total de 625 minoristas entrevistados recientemente en Jakarta, el 70 por ciento considera que el precio bajo y subvencionado del producto (y las consiguientes sospechas de mala calidad) constituyen una importante barrera que obstaculiza el aumento en las ventas. Sin embargo, los hechos en otros países demuestran que los condones subvencionados se venden bien si cuentan con el respaldo de una campaña publicitaria sostenida. Por ende, los directores del proyecto están investigando la posibilidad de lanzar una campaña de este tipo.

ASPECTOS QUE MERECE DESTACARSE:

- El esquema para la comercialización de *jamu* fue el primer proyecto respaldado por la Prosperous Indonesia Foundation (YIS), organización privada establecida por ley en febrero de 1974 con el propósito de "aumentar el bienestar del pueblo indonesio mediante la ejecución de programas en los campos de la salud, población y desarrollo comunitario."
- Al escoger a una compañía bien arraigada y de mucho éxito para comercializar los condones, el personal del

Proyecto Jamu mantuvo bajos los costos de distribución, pero también perdió forzosamente cierto poder decisorio: los empleados de la compañía consideran que saben mucho más que el personal del proyecto sobre técnicas de comercialización y no se sienten obligados a recibir consejos de parte de novatos.

- Tradicionalmente, el *jamu* era preparado únicamente por *dukuns* (herbolarios) locales, conforme a recetas tradicionales. Hoy en día, los grandes productores de *jamu* son organizaciones modernas cuyas ventas alcanzan promedios de millones de dólares al año.
- Los puntos para la distribución final de los productos *jamu* son vendedores callejeros, camionetas para la venta ambulante y puestos a la orilla de los caminos.
- Se dice que la expresión "Usted es un vendedor de *jamu*" significa "Usted habla mucho".
- Los planificadores consideraron que la relación de tipo "cantinero" que el vendedor de *jamu* trata de establecer con sus posibles compradores puede ser más eficaz que la educación más convencional e inhibitoria que imparten las clínicas con miras a interesar a los hombres en la planificación familiar.

REFERENCIAS:

"*Jamu and KARET KB*," *Information, Education Communication in Population*, No. 21/22 East-West Center, Honolulu, Hawaii, 1975.

"Advertising Aids Condom Sales," *ICARP Bulletin*, No. 1, setiembre de 1978.

"KARET KB and *Jamu*: An Integrated Approach to Condom Marketing," *International Development Review*, Volume 4, David L. Piet y Lukas Hendrata, 1974.

Clearinghouse on Development Communication
Enero de 1979

PROGRAMA DE COMERCIALIZACION DE CONTRACEPTIVOS *PREETHI*

Sri Lanka

BENEFICIARIOS:	Poblacion de Sri Lanka en edad reproductiva, (aproximadamente cinco millones de personas)
OBJETIVO:	Poner a prueba la eficacia de las prácticas normales de comercialización mediante una extensa distribución de condones, con el fin de incrementar el número de parejas que practican la planificación familiar
MEDIOS DE DIFUSION:	La prensa, la radio, el cine, diapositivas, material impreso y la comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	Federación Internacional de Planificación Familiar (IPPF); Asociación de Planificación Familiar de Sri Lanka (FPASL); y Servicios de Población Internacional (PSI)
DURACION:	Se inició en 1973, y aún continúa
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Family Planning Association of Sri Lanka, Buller's Lane, Colombo 7, Sri Lanka; S.O.N. Hapugalle, 10/12 Vidyala Place, Colombo, 10, Sri Lanka; T.D.J. Louis, Population Services International, 16 Aloe Avenue, Colombo, 3, Sri Lanka

DESCRIPCION:

El *Programa de Comercialización de Preethi* se lanzó para ayudar a controlar el crecimiento demográfico de Sri Lanka, facilitándole a la población el acceso a los contraceptivos. La Federación Internacional de Planificación Familiar (IPPF) encargó a los Servicio de Población Internacional (PSI) la iniciación de un programa de comercialización de contraceptivos en Sri Lanka, que contaría con la colaboración de la Asociación de Planificación Familiar de Sri Lanka (FPASL). La meta del programa consistía en demostrar que las técnicas de comercialización podrían aumentar en gran medida el número de parejas que utilizan métodos contraceptivos modernos y confiables, y, asimismo, que el costo por unidad podría ser igual o mas bajo que el de los programas que funcionan por medio de clínicas.

Antes del establecimiento del programa, el PSI llevó a cabo un estudio de factibilidad para determinar que país mas se prestaba para demostrar el potencial de la comercialización social de contraceptivos. Cinco países se consideraron apropiados para este propósito, (Bangladesh, Sri Lanka, Indonesia, Malasia y Samoa Occidental). El criterio principal para la selección de Sri Lanka fue la existencia de (a) un sistema eficaz de comunicaciones nacionales; (b) un alto nivel de alfabetismo (definido como la habilidad de leer y escribir un párrafo sencillo); (c) una buena infraestructura de locales comerciales; (d) una política gubernamental hospitalaria; y (e) una alta proporción de parejas casadas en la economía de castas.

El programa se inició en mayo de 1973. Durante los primeros seis meses, un equipo administrativo de dos personas del PSI que contaba con la ayuda a tiempo parcial de un consultor en mercadotecnia de Sri Lanka, diseñó el plan de operaciones y encargó a instituciones sociales y a compañías privadas locales la preparación de estudios de mercado, la distribución, la realización de campañas publicitarias y la impresión de materiales. La oficina de evaluación de la IPPF colaboró con la administración del PSI en el diseño de los métodos de evaluación, y al mismo tiempo, el PSI se encargó del control, revisión y evaluación del programa.

El primero de octubre de 1973, se inició la distribución a nivel nacional y la promoción por medios masivos. Se planeó que la introducción del programa llevaría dos años—el tiempo requerido en Sri Lanka para afianzar un nuevo producto dentro de los sistemas de distribución obtener aceptación por parte de los minoristas, efectuar las modificaciones de distribución y llegar al usuario principal. Se previó que durante el periodo posterior a la introducción se obtendría la aceptación por parte de segmentos adicionales de la población fértil. Durante el primer mes del periodo de introducción, 3.177 minoristas adquirieron mas de medio millón de condones marca *Preethi* que luego eran vendidos por vendedores viajantes de la firma distribuidora.

Durante dicho periodo se utilizaron tres diferentes niveles de educación y publicidad, a saber: (1) la

promoción por todos los medios de las ventajas que ofrecen los productos *Preethi*, dirigida al grupo elegido como objetivo o beneficiario, principalmente por medio de la prensa, la radio, el cine y la exposición de los productos en los lugares de venta; (2) la educación y motivación de los comerciantes que vendían los *Preethi* mediante visitas, muestras y folletos; y (3) mediante una campaña por correo, se suministró información sobre el programa a 4.500 personalidades selectas con el propósito de obtener su aprobación del programa, el método empleado y la marca del producto.

Al 31 marzo de 1975 (18 meses después de comenzar el período de introducción) ya se habían distribuido casi 5.9 millones de condones, de los cuales 5.6 millones fueron vendidos a más de 4,000 minoristas, 114,000 fueron vendidos por correo y 124,000 fueron distribuidos como muestras gratis. La venta por correo comenzó en enero de 1974 y casi el 2 por ciento de las ventas efectuadas entre octubre de 1973 y fines de marzo de 1974 se efectuaron de esta manera.

RESULTADOS:

El éxito obtenido con el Programa de Comercialización de los Contraceptivos *Preethi* hace que se recomiende la inclusión del condón en los programas de métodos múltiples. El uso del condón ha mejorado la protección que ofrece el método del ritmo y ha suministrado una alternativa confiable para aquellas personas que descontinúan el uso de la píldora o del dispositivo intrauterino. El programa para la distribución de los condones *Preethi* ha logrado aumentar el número de practicantes de la planificación familiar de una manera rápida y a un bajo costo por unidad.

Se anticipa que el futuro del programa será alentador. En 1977, en una conferencia celebrada en Túnez, sobre la "Disponibilidad de los contraceptivos en las aldeas y en el hogar", el Sr. S.D.N. Hapugalle (Director del programa *Preethi* desde junio de 1975) informó que las ventas de condones *Preethi*—que ascendieron a un promedio de 300,000 unidades mensuales durante los primeros dos años—habían alcanzado un nivel superior a las 500,000 unidades mensuales al finalizar el tercer año después de la introducción inicial. En 1976, el consumo per cápita de condones *Preethi* llegaba a 0.5, o sea, cinco veces el nivel alcanzado en 1973.

La aceptación del producto *Preethi* por parte del 8 por ciento de las parejas en edad fértil de Sri Lanka, durante el primer año del programa, (a un costo de únicamente US\$2.16 por participante) y el incremento en un factor de cinco observado en la utilización anual per cápita de este contraceptivo; sugieren que los que establecen las políticas en los países en vías de desarrollo debieran considerar una utilización más difundida de la comercialización social para mejorar la planificación familiar. Además, con este modelo de comercialización generalmente se logran precios más bajos por unidad con el pasar del tiempo. Este aspecto

podría ser de interés al introducir programas similares en los cuales el costo constituye un factor importante.

ASPECTOS QUE MERECE DESTACARSE:

- *Preethi* significa felicidad tanto en Sinhala como en Tamil, los dos idiomas que predominan en Sri Lanka.
- En mayo de 1975, el PSI le entregó la administración del programa al director de proyectos asignado por la IPPF, quien anteriormente fue director ejecutivo de la FPASL. En aquel momento el programa estaba totalmente dotado de personal de Sri Lanka.
- Uno de los aspectos esenciales del programa fue la utilización de una cadena existente de minoristas en todo el país para la distribución de *Preethi* al mayor número de parejas en edad fértil en el menor tiempo posible. El empaque y la distribución del producto importado estuvo a cargo de Reckitt y Colman (Ceylan) Ltd., firma minorista bien establecida de diversos productos de uso doméstico.
- En 1977, se informó que a pesar de que la radio constituía el medio de mayor alcance, no podía utilizarse por estar prohibida la propaganda de contraceptivos que incluya la marca de fábrica. Las ventas podrían haber aumentado en gran medida si hubiese estado disponible este medio de difusión. No obstante, el director del programa ha ofrecido pláticas por radio, durante las horas de mayor audiencia, sobre temas como "Planificación para el Progreso", "El Desarrollo Nacional y la Población", "Las Comunicaciones y el Desarrollo" y "La Comercialización Social".
- El Director del programa se reúne mensualmente con los distribuidores y empleados de las agencias de publicidad para estudiar el progreso alcanzado y asegurar el logro de los objetivos del programa.

REFERENCIAS:

"Measuring the Effectiveness of Contraceptive Marketing Programs: *Preethi* in Sri Lanka." John Davies and Terence D. J. Louis, *Studies in Family Planning* Vol. 8, No. 4, abril de 1977.

International Planned Parenthood Federation (IPPF) Report to Donors, 1974.

"Planned Parenthood and Community Based Distribution - Sri Lanka Model," presentado en una conferencia sobre "Disponibilidad de contraceptivos en las aldeas y en el hogar", auspiciado por The Battelle Population Study Centre y la Oficina Nacional de Planificación Familiar y Población de Túnez, Lt. Col. Denis Hapugalle, marzo de 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1979

PROGRAMA DE PLANIFICACION FAMILIAR — APROFAM

Guatemala

BENEFICIARIOS:	Población ladina e indígena de Guatemala, particularmente en las zonas rurales
OBJETIVO:	Incrementar los conocimientos y el uso de prácticas de planificación familiar, especialmente entre poblaciones rurales y étnicamente diferentes del país
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio, televisión, carteles, anuncios en la prensa, materiales impresos y comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	La Asociación Pro-Bienestar de la Familia (APROFAM), la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (AID) y el "Pathfinder Fund"
DURACION:	El Programa de Información, Educación y Comunicación (I-E-C) de APROFAM comenzó en 1976, y aún continúa
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Sr. Roberto Santiso, Director Ejecutivo de APROFAM, Apartado Postal 1004, Guatemala City, Guatemala; Dr. Jane Bertrand, 7722 Panola St., New Orleans, La. 70118, U.S.A.

DESCRIPCION:

Durante 1977-78, la Asociación Pro-Bienestar de la Familia (APROFAM) —asociación privada guatemalteca, dedicada a actividades de planificación familiar— llevó a cabo un programa de información sobre planificación familiar que abarcó todo el territorio nacional, mediante la utilización de todos los medios masivos y la comunicación interpersonal y se extendió a las comunidades ladinas e indígenas, especialmente en las zonas rurales. Guatemala cuenta con una población de casi siete millones de personas de las cuales una mitad corresponde a ladinos de habla española y la otra a los indígenas o indios. Ambas poblaciones difieren en gran medida en cuanto a aspectos tales como disposición para aceptar cambios, lenguas tradicionales, manera de vestirse, nivel de vida y cultura. La campaña de información sobre planificación familiar se basó en un estudio realizado en ciertas zonas rurales que APROFAM efectuó en 1976, con el propósito de establecer las diferencias entre los grupos ladinos e indígenas en relación con sus conocimientos, aceptación y prácticas de planificación familiar. Los resultados de dicho estudio demuestran que la aceptación real y potencial del concepto, así como el interés en obtener mayor información al respecto, eran mayores entre la población ladina más "occidentalizada". Sobre la base de estos resultados, APROFAM diseñó un programa de Información, Educación y Comunicación (I-E-C) que abarcaba ambos grupos rurales, y pondría especial énfasis en llegar a la población indígena menos asequible.

Los mensajes por la radio—medio esencial del programa I-E-C—fueron puestos a prueba entre los miembros de las poblaciones seleccionadas. Los mensajes radiales dirigidos a los ladinos se prepararon en español e incluían información explícita sobre la manera de obtener servicios de planificación familiar. Los mensajes dirigidos a la población indígena fueron traducidos a dos de las cuatro lenguas principales (Quiché y Kekchí) y se comentaban en los aspectos más elementales, tales como el hecho de que la planificación familiar existe, es voluntaria, es reversible y puede redundar en beneficio de la familia. Se diseñó un juego de cuatro afiches dirigido a la población indígena y aunque en ellos figuraban familias que vestían trajes típicos, el mensaje fue escrito en español. Un afiche dirigido a la población ladina recalca la importancia de la comunicación entre marido y mujer. Otros componentes de la campaña consistieron de un mensaje televisado una vez a la semana durante cinco meses y dirigido a la población dirigente del país; un folleto simplificado sobre el contraceptivo de uso más común, diseñado para el público de escasos conocimientos; además de anuncios ocasionales en la prensa, con la intención de contrabalancear cualquier crítica periodística y fomentar la utilización de métodos de planificación familiar.

Conjuntamente con estas actividades de comunicación, APROFAM auspició varios proyectos comunitarios de distribución que sirvieron como vehículo para llevar a

cabo actividades de comunicación interpersonal, tales como pequeños grupos de discusión, visitas domiciliarias y reuniones públicas. Estas actividades del I-E-C, sin embargo, no estaban previstas para cubrir a un gran porcentaje de la población beneficiaria, como era el caso de los medios masivos.

RESULTADOS:

A mediados de 1978, APROFAM llevó a cabo una encuesta complementaria de investigación, en colaboración con el Community and Family Study Center de la Universidad de Chicago, con el propósito de obtener retroalimentación sobre las actividades del I-E-C y determinar si los cambios previstos se habían efectuado en los dos sectores de población a ser beneficiados. Las diferencias étnicas en relación a la planificación familiar puestas en relieve en el estudio de APROFAM de 1976, fueron subrayadas en base a la encuesta de 1978. Los resultados mostraron que, al finalizar el período de dos años, hubo un aumento considerable en el conocimiento y las prácticas de planificación familiar por parte de los ladinos en estudio. Por el contrario, entre los indígenas, aunque se notó una marcada disminución en la oposición a la planificación familiar, no hubo mejoras en cuanto al conocimiento de métodos específicos y el uso de contraceptivos permaneció casi en cero. Un porcentaje mucho mayor de ladinos que de indígenas había estado expuesto al concepto de la planificación familiar a través de uno o más medios masivos o canales interpersonales, y los ladinos recordaban con mayor facilidad las palabras de los mensajes (específicamente aquellos transmitidos por la radio), repitiendo, en algunos casos de memoria, las formas o las frases publicitarias. Entre los ladinos, el uso de contraceptivos era mayor por parte de los que habían escuchado los mensajes; y, de igual modo, la comunicación informal entre ellos mismos acerca de la planificación familiar aumentó a través de los medios de difusión y los canales de comunicación interpersonal. En el caso de la población indígena, esta relación existió únicamente en lo tocante a canales interpersonales.

El 96,3 por ciento de los ladinos que habían escuchado los mensajes radiales de planificación familiar aprobaron los mismos y el 100 por ciento de los que habían visto un mensaje televisado tenían preferencia por el tema y el método de comunicación. Solamente un 60 por ciento de los indígenas estaban de acuerdo con la difusión de mensajes por la radio; ninguno de ellos había visto el mensaje televisado. Un 81,4 por ciento de los ladinos deseaban mayor información sobre la planificación de la familia, lo que sucedía únicamente con un 37,4 por ciento de los indígenas, cuya principal objeción era de índole religiosa.

Del resultado de la investigación se desprenden varias sugerencias, algunas de las cuales tendrán consecuencias directas sobre un proyecto piloto que ha sido iniciado recientemente en regiones indígenas. A medida que las actividades del I-E-C pierdan su aplicabilidad entre las poblaciones indígenas, se hará necesario desarrollar nuevas estrategias y métodos; a saber: 1) la

ejecución de cuidadosas pruebas preliminares de la aceptación y comprensión de los mensajes y el material, basado en la comprensión de las necesidades y motivaciones de los indígenas; 2) la utilización de enfoques diferentes —quizás menos directos— que contengan información menos explícita sobre planificación familiar, presentados en combinación con otros temas que los indígenas consideren de interés directo, (por ej.: salud infantil, nutrición); y 3) un mayor uso de las comunicaciones interpersonales, dado el carácter íntimo que el tema supone para los indígenas y la mayor necesidad de establecer un cierto grado de confianza entre el que da y el que recibe el mensaje.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Se estableció el programa de distribución comunitaria para aumentar la disponibilidad de contraceptivos a bajo costo y eliminar algunos de los problemas asociados con un sistema exclusivamente basado en clínicas, tales como un horario limitado para ofrecer servicios de planificación familiar, las distancias, y el costo que suponen los viajes. El empleo de un distribuidor indígena, además, reduciría la desconfianza que le inspiran a los indígenas los empleados ladinos de las clínicas. Otro modelo de distribución comunitaria que se está iniciando entraña el empleo de promotores de planificación familiar para trabajar con varios grupos agrícolas que han expresado interés en establecer programas de planificación familiar para sus trabajadores.
- Como resultado del estudio se lograron disipar ciertas ideas estereotipadas sobre la planificación familiar en América Latina. Los católicos, por ejemplo, no eran menos reacios que otros en cuanto a conocer, aceptar y practicar la planificación familiar, aunque la gente de cualquier secta, que se consideran como "muy religiosos", eran mucho más reacios que los menos religiosos en los tres aspectos. Asimismo, es posible que tanto los hombres como las mujeres hayan oído hablar del tema, lo acepten y deseen obtener más información. Finalmente, en vez de ser la gente joven la más receptiva, se determinó que el interés y la práctica de la planificación familiar era mayor entre las personas de 30 a 34 años, y que en las personas mayores o menores que las de este grupo había menos tendencia a conocer o a utilizar contraceptivos.

REFERENCIAS:

Communicating Family Planning to Rural Guatemala, por Jane T. Bertrand, María Antonieta Pineda, y Fidel Enrique Soto. Asociación Pro-Bienestar de la Familia, Guatemala; y el "Community and Family Study Center," de la Universidad de Chicago, 1978.

"Ethnic Differences in Family Planning Acceptance in Rural Guatemala," por Jane T. Bertrand, María Antonieta Pineda, y Roberto Santiso G., *Studies in Family Planning*, Vol. 10, No 8/9, agosto/setiembre 1979.

"A Research-Based System for Improving Family Planning Adoption: The Guatemala Study," por Jane T. Bertrand y Donald J. Bogue, en *Intercom*, Vol. 5, No 1, enero de 1977.

"Communicating Family Planning to Rural Guatemala-

la," reseña en *Development Communication Report*, No. 27, julio de 1979.

Clearinghouse on Development Communication
Setiembre de 1979

EL HOMBRE ES SALUD (MTU NI AFYA)

Tanzanía



BENEFICIARIOS:	Aproximadamente un millón de adultos, habitantes de pueblos
OBJETIVO:	Proporcionar a esos adultos información básica sobre enfermedades, su control y la relación existente entre el medio ambiente y la salud
MEDIOS DE DIFUSION:	La radio, aparatos de cassette, materiales impresos, comunicación interpersonal, cuadros de hojas movibles, y carteles o afiches
DONANTES-PATROCINADORES:	El Gobierno de Tanzania con el apoyo de la Oficina Sueca para el Desarrollo Internacional
DURACION:	El programa fue concebido en 1971, se desarrolló en 1972 y se llevó a cabo en 1973
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	C. Zikambona, Planning and Research Department, Institute of Adult Education, University of Dar es Salaam, Dar es Salaam, Tanzania; Budd L. Hall, International Council for Adult Education, 29 Prince Arthur Ave., Toronto, Canada M5R 1B2

DESCRIPCION:

El proyecto *El Hombre es Salud* se concibió a finales de 1971 como una campaña en gran escala, destinada principalmente a educar a los habitantes de los pueblos sobre los síntomas, la prevalencia y los orígenes de cinco enfermedades potencialmente controlables. El objetivo secundario de quienes diseñaron el proyecto consistió en proporcionar a los adultos recién alfabetizados la oportunidad de practicar sus habilidades lingüísticas. Bajo los auspicios combinados de los Ministerios de Salud, Educación y Desarrollo Rural de Tanzania, la campaña constituyó un esfuerzo de desarrollo integrado.

El proyecto fue apoyado e iniciado por el único partido político de Tanzania (la Unión Nacional Africana de Tanzania), el Instituto para Educación de Adultos, unas seis agencias gubernamentales y Radio Tanzania. Funcionarios de todos los niveles se familiarizaron con la importancia y los pormenores del proyecto; se pidió a las industrias que fabricaran prendas de vestido con el lema del proyecto; y a los locutores y periodistas se les encargó que mantuvieran al público informado sobre todas las actividades e ideas relacionadas con la campaña.

En mayo de 1973, unos 18 meses de planificación, organización y capacitación culminaron en una oleada de actividades educativas y desarrollo de la comunidad. Todas las semanas, durante diez semanas, cada grupo de estudio, integrado por 15 a 60 participantes, se reunió extraoficialmente con un líder de discusión capacitado para escuchar las transmisiones de radio y discutir simples textos complementarios proporcionados por el

gobierno. De estas discusiones sobre salud y saneamiento surgieron proyectos de trabajos comunitarios concebidos y realizados por los grupos de estudio en sus propios pueblos.

RESULTADOS:

Unos dos millones de adultos de Tanzania —dos veces la cifra que habían esperado los funcionarios— participaron en el proyecto de *El Hombre es Salud*. Además, la tasa general de asistencia de quienes participaron desde el principio fue del 63 por ciento, éste fue un logro sin precedentes para una campaña de tal magnitud. Un tercer índice del éxito es también tangencialmente estadístico: tan grande fue el impacto de la campaña de salud que los evaluadores del proyecto tuvieron que reclasificar algunos de sus grupos de control como grupos experimentales.

La campaña tuvo sus críticos. Algunos comentaron que no había logrado integrar los servicios de salud existentes en su "programa". Hubo quienes se quejaron de la confusión en la distribución de los textos y materiales. Sin embargo, por todas partes pueden verse pruebas concretas de los efectos de la campaña en la calidad de la vida de los pueblos. En particular, cientos de miles de letrinas fueron construidas por los individuos que escucharon los programas de radio, las ventas de redes para protección contra los mosquitos aumentaron considerablemente en algunas zonas, y los habitantes de pueblos de la costa rellenaron muchas de las

lagunas pantanosas que habían servido de lugares de cría para insectos portadores de enfermedades después de los periodos de lluvias.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Cada grupo de estudio dejó, como mínimo, un "monumento" a la campaña *El Hombre es Salud*. Entre los proyectos típicos figuran la construcción de pozos y la limpieza de zonas habitables de toda vegetación infestada por insectos.
- Algunos grupos de estudio continuaron reuniéndose durante meses después de finalizada la campaña de salud.
- La confianza de los líderes de grupos en varios distritos reforzó el sistema de formar células a grupos de diez hogares como medio de estimular la acción en el desarrollo.
- Se imprimieron textos y guías de estudio en prensas de los periódicos. Se distribuyó un millón de ejemplares, muchos de los cuales fueron compartidos por varias personas.

- Algunos grupos de estudio diagnosticaron enfermedades que afligían a miembros del grupo y enviaron a las víctimas a hospitales cercanos donde se confirmaron los diagnósticos y se trató a los pacientes.
- La red de líderes de grupos de estudio establecida en la campaña de salud se reactivó para la campaña nacional de nutrición, *El Alimento es Vida*, que comenzó en junio de 1975.

REFERENCIAS:

- "*Mtu ni Afya: An Evaluation.*" Budd L. Hall y C. Zikambona, *Institute of Adult Education Studies*, No. 12, Dar es Salaam, 1974.
- "*Radio for Education and Development: Case Studies.*" Vol. 2, Peter L. Spain, Dean T. Jamison, y Emile G. McAnany, editores, Department of Education, The World Bank, Washington, D.C., mayo 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

EL PROYECTO PILA

Guatemala

BENEFICIARIOS:	Las obreras de una hacienda en Guatemala
OBJETIVO:	Enseñar a las mujeres métodos básicos para mejorar la nutrición y la salud en el hogar
MEDIOS DE DIFUSION:	Audiocassettes
DONANTES-PATROCINADORES:	La Organización Panamericana de la Salud
DURACION:	Proyecto concluido. La fase operativa del proyecto se realizó en tres semanas en 1975
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Royal D. Colle y Susana Fernandez de Colle, Department of Communication Arts, Cornell University, Ithaca, N.Y. 14950, U.S.A.

DESCRIPCION:

La Organización Panamericana de la Salud patrocinó el *Proyecto Pila*, experimento que duró tres semanas y se realizó en 1975, para examinar formas de transmitir a las obreras de una hacienda en Guatemala información básica sobre la salud y la nutrición. Los directores del proyecto, Royal D. y Susana Fernández de Colle, seleccionaron como el lugar de su estudio la finca María de Lourdes, una plantación de café en la costa del Pacífico.

Se decidió dirigir la campaña hacia las mujeres ya que son ellas las que generalmente se encargan de las decisiones sobre alimentación e higiene en los hogares de Guatemala. Un estudio preliminar demostró que las mujeres de la hacienda trabajaban casi continuamente durante el día. Así que el proyecto se concentró en las pilas (centros de lavandería de la comunidad), lugares donde las mujeres podían aprender de modo informal sin interrumpir su trabajo.

Los audiocassettes fueron escogidos como medios de divulgación por su bajo precio, su facilidad de operación, y porque pueden tocarse en cualquier momento. Se contrataron actores no profesionales para producir programas de 30 minutos de duración. Estos combinaban información sobre la salud con música, radio novelas y diversos anuncios breves. La programación se hizo intencionalmente repetitiva de modo que las mujeres al entrar y salir de las *pilas* tuvieran la oportunidad de escuchar y retener mensajes específicos. En días sucesivos se ampliaban con frecuencia los temas de los programas anteriores. Además, en algunos programas se ofrecían recompensas materiales (tales como pollitos) a las mujeres que aprendieran de memoria ciertas lecciones.

Una joven de la localidad se encargaba de la distribución de los cassettes, llevándolos diariamente a las pilas y supervisando su uso. Ella misma efectuaba los ajustes necesarios al horario de las retransmisiones de acuerdo con las horas en que las mujeres se hallaban presentes en las pilas. Otras cintas se distribuyeron para que las mujeres las escucharan en sus casas utilizando un grabador prestado por la oficina de la hacienda.

La encuesta de evaluación realizada posteriormente mostró que las mujeres de la hacienda escucharon con gusto las cintas, encontraron útil la información específica proporcionada y sintieron mucho la terminación del proyecto. Cuando se les preguntó qué parte del proyecto les había gustado más, dijeron que los "consejos" sobre los temas de salud y nutrición mucho más que la música o las radio novelas.

La encuesta también reveló cambios de comportamiento. Cincuenta y ocho por ciento de las mujeres entrevistadas habían probado una receta mencionada en las cintas. La hacienda María de Lourdes registró una tasa de 92 por ciento para las segundas vacunaciones contra la poliomielitis y la difteria, mientras que solo un 60 por ciento de los niños de una hacienda de control recibieron inoculaciones.

El programa demostró también que los audiocassettes constituían un medio lo suficientemente flexible como para llevar el mensaje correspondiente a un gran número de mujeres. Cuando cambiaban las horas de trabajo de las mujeres, entonces simplemente se transmitían las cintas en horas diferentes. El equipo resultó ser adecuado y no hubo problemas técnicos. Mediante los actores no profesionales y los técnicos, se

logró producir programas de alta calidad utilizando equipo de bajo costo.

Royal y Susana Colle sacaron tres conclusiones generales de su experimento: Primero, no es preciso que la tecnología de comunicación sea muy compleja para ser eficaz. Segundo, los proyectos de esta índole deben adaptarse a las características individuales del ambiente social del grupo al que están dirigidos. Finalmente, la población rural a menudo no logra un mejoramiento de su condición debido a una "falta de información".

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Cada programa de radio de 30 minutos contenía música, anuncios, charlas breves, historietas y un episodio de novela.
- Un análisis más detallado del efecto producido por el proyecto fue cancelado debido al terremoto ocurrido en Guatemala en 1976.

- En una cinta se prometía un pollito a toda persona que aprendiera de memoria el procedimiento para evitar la enfermedad de Newcastle en los pollos. Más de 100 personas aprendieron la frase y recogieron los pollitos el primer día en que se ofreció la recompensa.

REFERENCIAS:

"The Communication Factor in Health and Nutrition Programs: A Case Study from Guatemala", por Royal D. Colle y Susana Fernández de Colle, documento para la Organización Mundial de la Salud, enero de 1977.

"The Pila Project: Cassettes Reach Rural Women", *Development Communication Report*, abril de 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Junio de 1977

TELEMEDICINA EN ALASKA

Estados Unidos

BENEFICIARIOS:	Poblanos esquimales, indios y aleucianos
OBJETIVO:	Mejorar el acceso y la calidad de los servicios de salud en las zonas rurales de Alaska
MEDIOS DE DIFUSION:	ATS-1—radio interactiva por satélite; ATS-6—televisión por satélite, videocintas, registros de salud computarizados
DONANTES-PATROCINADORES:	Departamento de Salud, Educación y Bienestar de EE.UU. (El Servicio de Salud para los Indios y el Centro Nacional Lister Hill para Comunicaciones Biomédicas), la Administración Nacional de la Aeronáutica y del Espacio de EE.UU. (NASA)
DURACION:	El servicio vía satélite ATS-1 comenzó en 1971 y continuará hasta que sea reemplazado por otro sistema (tentativamente, a fines de 1977); la transmisión vía satélite ATS-6 comenzó en 1974 y terminó un año más tarde
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Dr. Dennis Foote, Institute for Communication Research, Stanford University, Stanford, CA 94305, USA; Dr. Heather Hudson, Academy for Educational Development, Inc., 1414 Twenty-Second Street, N.W. Washington, D.C. 20037, USA

DESCRIPCION:

Los experimentos en la utilización de la telemedicina comenzaron en Alaska bajo los auspicios del Servicio de Salud para los Indios (uno de los departamentos del Servicio de Salud Pública de Estados Unidos encargado de prestar servicios de salud a los habitantes nativos de Alaska). Confrontados con la necesidad de prestar servicios a pequeños pueblos diseminados en regiones remotas, y obstaculizados por la falta de comunicaciones en el monte, la agencia consideró que la telemedicina sería la solución, en la esperanza de que las consultas sobre una base regular mejorarían los servicios de salud de los pueblos.

La telemedicina llegó a ser parte de la vida cotidiana de 17 comunidades en la región de Tanana cuando la NASA, asociada al Servicio de Salud (IHS) en el experimento de telemedicina, puso a su disposición el Satélite de Aplicación Tecnológica 1 (ATS-1) en 1971. Este satélite, que en 1977 continúa funcionando, representaba un medio de comunicación para voces únicamente, con apoyo de equipo terrestre sencillo y económico: radios para taxis modificados y antenas de malla metálica de tres metros de diámetro. Al proporcionar canales de comunicación confiables entre las comunidades y el hospital del distrito, el ATS-1 funciona como un sistema de apoyo médico: permite a los asistentes de salud de las comunidades prestar servicios de salud bajo la supervisión de un médico, y ayuda a los

aviones de evacuación a llegar rápidamente a los pacientes que se encuentran en condiciones críticas.

Los asistentes de salud de las comunidades, capacitados como parte de los experimentos en telemedicina son nombrados por sus comunidades, y reciben 16 semanas de capacitación del Servicio de Salud Pública tanto en el hospital de campo como en el trabajo mismo. Cada asistente egresa del curso intensivo equipado con una valija de medicinas, un manual de referencia para diagnósticos, instrumentos, y nuevos conocimientos. En la comunidad, el asistente prende la radio todos los días a una hora señalada a fin de recibir la "visita médica" del hospital regional. Durante la consulta por radio, el asistente informa sobre los síntomas, responde a las preguntas del médico cuando éste necesita mayor información, recibe consejos profesionales, y ayuda al médico consultor a determinar si los pacientes deben ser evacuados.

A pesar de que los asistentes de salud siguen siendo la base del programa de telemedicina en Alaska, éstos jugaron un papel de menor importancia en un experimento de un año de duración que se llevó a cabo entre 1974 y 1975. El experimento ATS-6, basado en el uso de un satélite mucho más complejo y potente que el ATS-1, tenía un componente adicional que permitía a los médicos diagnosticar los casos difíciles por medio de la

televisión. El experimento, en el que dos clínicas bien equipadas de dos pueblos relativamente grandes estaban vinculadas con un hospital de campaña y un hospital de referencia, se llevó a cabo mientras que un sistema de registros médicos computarizados (Sistema de Información de Salud) se estaba estableciendo en Alaska. Se recogieron los registros actualizados de los pacientes en un lugar central, se ingresaron a la computadora, y se pusieron a disposición de todos los sitios. La computadora también permitía a las enfermeras itinerantes identificar a los habitantes que necesitaban pruebas PAP, vacunas, exámenes de la vista y de los oídos, etc.

RESULTADOS:

Desde la introducción del ATS-1, ha aumentado la capacidad de las instalaciones de salud para atender los casos de emergencia, resolver problemas administrativos y responder a solicitudes de ayuda, y los servicios han mejorado. Además, los habitantes de los pueblos demuestran una mayor disposición a pedir consejos médicos y de seguir los tratamientos recetados. Actualmente hay más pacientes que en cualquier época anterior que reciben los beneficios de los consejos médicos y que reciben tratamiento para enfermedades diagnosticadas. Además, el número de contactos entre médicos y asistentes de salud ha aumentado en un 400 por ciento durante el primer año del experimento.

En general ha sido difícil demostrar una relación entre las estadísticas agregadas de los cambios en mortalidad y hospitalización por una parte y las mejoras en comunicaciones por otra. Sin embargo, la mayor parte de las evaluaciones de los experimentos del ATS-1 han sido positivas, y, en parte, como resultado de estas evaluaciones, el Estado de Alaska y el Servicio de Salud Pública están por instalar un sistema por satélite comercial telefónico.

El experimento ATS-6 también fue juzgado efectivo por los suministradores de servicios de salud que participaron en él. Pero a pesar de que los participantes creen que el componente de televisión en la telemedicina en cierta medida les permitía ampliar y mejorar los servicios de salud, muchos dudaron que las mejoras debidas a la televisión contrapesaban los gastos y las inconveniencias causadas por este medio. En contraste, estas mismas personas aprobaron por unanimidad el sistema computarizado para mantener los registros desarrollados en conjunción con el experimento, y el IHS espera utilizar este sistema en todo el estado.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Algunos asistentes invitan a sus pacientes a escuchar las consultas a larga distancia.
- Los médicos en las regiones remotas tenían la oportunidad de participar en una serie de discusiones de mesa redonda vía satélite, pero el programa no tuvo mucho éxito porque los médicos del IHS en Alaska tenían una carga de casos tan pesada que no podían seguir un horario tan rígido. Sin embargo, se ofreció un curso de cardiología vía satélite a enfermeras en los hospitales regionales, un curso que fue muy bien recibido.
- La mayor parte de los asistentes de salud son mujeres de la comunidad que tienen conocimientos adecuados del idioma inglés.
- Debido al hecho de que las comunidades seleccionan a sus propios asistentes de salud, la aceptación del programa tiende a ser elevada, y es marcada la estabilidad del personal.
- Además de apreciar los servicios médicos, los pobladores valoran el sistema porque les permite mantenerse en contacto con otros pueblos, especialmente con amigos y parientes hospitalizados.
- Cuando se les preguntó si habían aprendido algo al escuchar una consulta, seis de los nueve asistentes de salud en las comunidades conectadas vía satélite mencionaron hechos específicos relacionados con la salud. Ninguno de sus contrapartes en los pueblos de control podía recordar información específica alguna relacionada a los casos.

REFERENCIAS:

An Evaluation of the Use of ATS-1 for Biomedical Communication in Alaska, por Oswaldo Kreimer y otros, Institute for Communication Research, Universidad de Stanford, 1974.

"Telemedicine in Alaska: Health Care for Isolated Areas," por Dennis Foote, *Development Communication Report* No. 17, enero de 1977.

Telemedicine in Alaska: The ATS-6 Satellite Biomedical Demonstration por Dennis Foote, Edwin Parker y Heather Hudson, Institute for Communication Research, Universidad de Stanford, 1976.

"Medical Communication in Alaska by Satellite" por Heather Hudson y Edwin Parker, *New England Journal of Medicine*, diciembre de 1973.

Clearinghouse on Development Communication
Octubre de 1977

ZAA NA UWATUNZE

Kenia

BENEFICIARIOS:	Residentes de Kenia dentro de la esfera nacional de radiodifusión
OBJETIVO:	Mezclar el entretenimiento con la educación, difundir mensajes vitales sobre la salud, especialmente sobre salud materno-infantil
MEDIOS DE DIFUSION:	Radio
DONANTES-PATROCINADORES:	UNICEF, el Fondo de Naciones Unidas para Actividades Demográficas, La Voz de Kenia y el Ministerio de Salud de Kenia.
DURACION:	El programa comenzó en febrero de 1975; la fase piloto concluyó a mediados de 1976; continúa bajo los auspicios del Gobierno de Kenia desde 1976
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Abigail Krystall, Bureau of Educational Research, Kenyatta University College, Box 43844, Nairobi, Kenya; Dr. Albert Maleche, Bureau of Educational Research, Kenyatta University College; Mark Harris, UNICEF, Communications and Information Office for Eastern Africa, P.O. Box 44145, Nairobi, Kenya

DESCRIPCION:

En 1975, la UNICEF, el Fondo de Naciones Unidas para Actividades Demográficas, y la Voz de Kenia llegaron a un acuerdo para co-producir programas de educación para la salud que fueran entretenidos para ser transmitidos por radio. La serie de programas que resultó de esta colaboración, *Zaa Na Uwatunze* (El Nacimiento y Cuidado de sus Hijos) presenta a artistas conocidos en una comedia episódica. Las presentaciones, modernas y divertidas, cubren materias de interés — el valor nutritivo de los huevos, los peligros de dejar a los bebés al cuidado de sus hermanitos, la necesidad de las vacunas, etc. — y permiten que los oyentes se identifiquen tanto con las situaciones como con los personajes.

Como sucede en todas las "radionovelas", los personajes en *Zaa Na Uwatunze* son estereotipos, y sus actos predecibles son redimidos por sus gestos exagerados. El papel de Mzee Pembe es el de un borracho. Es un pícaro, que con gran descaro no se preocupa de las necesidades y problemas de sus 16 hijos. Mama Njeri, la protagonista, es la mujer de Mzee Pembe, y completamente diferente en su carácter. El bienestar de sus hijos requiere casi toda su atención, y ella tiene que "educar" a su marido, que es un cabeza dura y conservador. Su tarea dramática consiste en convencerle de episodio en episodio, y de un cambio a otro, de que es por el bien de la familia que él debe adoptar nuevas actitudes y que abandone algunas tradiciones. En este trajín diario recibe la ayuda de terceras partes, todas ellas representadas por un solo actor de suma versatilidad.

Zaa Na Uwatunze (que popularmente se conoce como el "show" de Kiroboto) se difunde en Swahili, el idioma oficial de Kenia, una vez por semana. Los programas son de 15 minutos solamente, pero se difunden en horas de mucha popularidad (los domingos por la tarde, y a veces los sábados por la noche). No se usan guiones en la producción de los programas, aunque los educadores de salud y un consultor de Naciones Unidas trabajan en estrecha colaboración con los actores, y el presupuesto es sumamente modesto. Un elemento que compensa por la falta de técnicas costosas de producción es la espontaneidad. El programa se graba en los estudios que están repletos de admiradores, así que los actores actúan para el público y la reacción inmediata de éstos estimula sus actuaciones.

El programa es un experimento en radiodifusión abierta (la cual, por definición, va dirigida a un público que no tiene interés particular en la materia o en la auto-educación), vinculada con actividades educativas formales y no formales para adultos. Su estructura episódica, sus personajes, y las alusiones a temas tratados en programas anteriores, parecen dar a los oyentes un sentido de continuidad y progreso. Además, los programas reiteran los temas discutidos por los educadores de salud y los trabajadores de campo, algunos de los cuales asesoran al personal de producción.

RESULTADOS:

El impacto de los programas *Zaa Na Uwatunze* se ha calculado primordialmente en términos del número de oyentes, su capacidad de retener la información sobre la salud, y su familiaridad con los personajes. No se ha tratado de estudiar los efectos logrados por el programa en relación a las prácticas de salud, los conocimientos adquiridos, los cambios o las actitudes.

La información obtenida de las evaluaciones ha sido extraída de cuatro fuentes: el público que asiste a la grabación en el estudio, las cartas enviadas por los admiradores, un cuestionario distribuido al final del primer año de difusión de *Zaa Na Uwatunze*, y dos grupos de expertos del gobierno que están trabajando en educación y desarrollo rural. Merece destacarse que la opinión de estos expertos fue diferente a la obtenida de las otras fuentes, ya que algunos expertos insisten que los programas deben tener un tono más serio, y el público aplaude la mezcla de mensajes y la hilaridad.

Un resultado de la encuesta entre 510 personas, realizada en diciembre de 1975, quizás explique esta diferencia de opinión: los ciudadanos de más educación parecen reaccionar menos a los programas, ostensiblemente porque la información incluida en la comedia no representa ninguna "novedad" para ellos. Otros resultados de la encuesta incluyen el hecho de que el 92% de los que respondieron el cuestionario conocían el programa, el descubrimiento de que el tiempo que escucharon era igual para las personas que hablan el Swahili como segundo idioma como para las que lo hablan como idioma nativo, el hecho de que la propiedad de una radio está directamente correlacionada con el número de oyentes, y la revelación de que los programas parecen gustar de manera casi igual a personas de todas las edades (menores de 25 años, de 26 a 50 años, mayores de 50 años). Dada la naturaleza de este experimento en la radiodifusión, la conclusión más importante de las evaluaciones que se han realizado al principio indica que un poco más de la tercera parte de los oyentes dicen que escuchan el programa principalmente porque es divertido mientras que la mitad dice que lo escucha porque cree que ha aprendido algo de sus programas humorísticos.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Los personajes en *Zaa Na Uwatunze* no son ceremoniosos. En uno de los episodios, la muy sufrida mujer

amenaza con venderse a sí misma si su marido continúa vendiendo los tan necesitados huevos de la familia para ir a comprar cerveza.

- Se han recibido cartas dirigidas a Mzee, Mama y los otros personajes de oyentes de otros países de África Oriental además de Kenia.
- Las tramas se basan en una fórmula muy común en la publicidad. El objeto consiste en idear una situación en la cual el público se identifica con el personaje serio que adopta ideas sensatas, y se ríe del tonto que sigue creyendo en las costumbres por el mero hecho de que son convencionales.
- La serie *Zaa Na Uwatunze* se ha copiado en Tanzania y Zambia, aparentemente con éxito.
- Se grabaron algunos de los episodios de *Zaa Na Uwatunze* para ser usados en foros auspiciados por la FAO, donde se escuchan grabaciones en *cassettes*, en conjunción con los programas de Mejores Condiciones de Vida Familiar que se están presentando en Kenia. También se están usando las cintas grabadas en las clases de economía doméstica en las escuelas y en los programas de capacitación de los trabajadores de campo.
- Es posible que la UNICEF presente una película corta sobre las técnicas de producción de *Zaa Na Uwatunze*, para promover el uso de radiodifusiones entretenidas como apoyo a los proyectos de desarrollo.

REFERENCIAS:

"Health Messages Through Humor," Susan Hostetler, *ICIT Report No. 16*, Clearinghouse on Development Communication, julio de 1976.

"Popular UNICEF Radio Show in Kenya Gives Health Tips in Situation Comedy," Michael T. Kaufman, *New York Times*, 16 de noviembre, 1975.

"The Kenya Radio Series which Teaches as it Entertains, and How You Can Do It," Mark Harris, United Nations Children's Fund, Nairobi, abril de 1976.

Traducciones varias de guiones de *Zaa Na Uwatunze*, inéditas y sin fecha.

Clearinghouse on Development Communication
Octubre de 1978

RADIO DOCTEUR (Médico por Radio)

Haití

BENEFICIARIOS:	Adultos haitianos de edad reproductiva (unos 2.500.000 hombres y mujeres).
OBJETIVO:	Brindar información y asesoramiento sobre planificación familiar, nutrición, enfermedades comunes, salud materno-infantil, y temas conexos
MEDIOS DE DIFUSION:	Radio, cassettes, materiales impresos y ayudas visuales
DONANTES-PATROCINADORES:	Ministerio de Salud de Haití, Ministerio de Educación, Radio Nationale y Radio Lumière
DURACION:	Iniciado en 1967, continua en la actualidad
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Edith Hollant, Centre d'Hygiène Familiale, 10, Première Impasse Lavaude, B.P. 430, Port-au-Prince, Haiti; Dr. Ary Bordes, Centre d'Hygiène Familiale, 10, Première Impasse Lavaud, B.P. 430, Port-au-Prince, Haiti

DESCRIPCION:

El programa *Radio Docteur* (Médico por Radio) fue concebido en 1967 por el Dr. Ary Bordes (actual director del "Centre d'Hygiène Familiale" y Jefe de la División de Higiene Familiar del Ministerio de Salud), cuando el Huracán Flora temporalmente interrumpió todas las transmisiones en Haití, con excepción de una estación: la "Radio Lumière." El desastre inspiró una nueva apreciación del alcance nacional que podía ofrecer la radio cuando funciona y el Dr. Bordes prometió que utilizaría al máximo esta capacidad luego de la inundación. Al cabo de unos pocos meses después de la tormenta, comenzaron las transmisiones de *Radio Docteur*.

A título de prueba se prepararon 20 monólogos de 10 minutos de duración cada uno sobre cuatro temas: atención prenatal, la nueva mamá, la salud infantil y la planificación familiar. Se transmitieron todos los mensajes sin interrupción en las salas de espera de las clínicas. Poco a poco, se tuvo la reacción del público que llevó a los creadores del mensaje en el Centro de Higiene Familiar a cambiar su enfoque. Tomaron en consideración el potencial que ofrece la radio y la falta de interés inspirada por el formato del monólogo, dividieron los mensajes en segmentos de hasta un minuto, cambiaron el formato al diálogo y ampliaron la variedad de temas presentados. Respondiendo a la reacción del público, también se revitalizaron los mensajes sobre planificación familiar para destacar los beneficios que se obtienen al espaciar los nacimientos en lugar de usar el enfoque más negativo de disminuir las presiones de la población.

Dos veces al día, seis días por semana, los haitianos pueden sintonizar *Radio Docteur* ya sea en la *Radio Lumière* o en la *Radio Nationale* en creole, idioma local. Los mismos han convertido en personajes familiares en todos los hogares a Fanny y Ti Jo, éstos mantienen un diálogo sobre la salud pretendiendo representar una variedad de papeles en pareja: esposo-esposa, paciente-médico o paciente-enfermera. Una canción pegadiza atrae al público y los libretos cambian de acuerdo al día de la semana. Los mensajes sobre la planificación familiar se presentan los lunes y miércoles, los consejos sobre la salud materno-infantil se transmiten los martes y las noticias nacionales e internacionales sobre la salud son transmitidas los días jueves. Los viernes se usan para hablar de los síntomas de las enfermedades más corrientes y los sábados para la prevención y el tratamiento de las mismas.

La radio pareció ser un medio natural para propagar información sobre la salud así como recomendaciones de los médicos de Haití. Aunque no se conocen estadísticas precisas sobre el número de radios que se poseen (las estimaciones del número de transistores en el país varían entre 85.000 y 300.000), 900 de las 1.500 escuelas rurales de la nación cuentan con radios, y es común ver al haitiano con una radio transistor en mano.

RESULTADOS:

El impacto nacional de *Radio Docteur* no ha sido evaluado hasta ahora. Un estudio de una comunidad de 4.000 personas que ha escuchado las transmisiones

durante 8 años indica que el conocimiento sobre los temas presentados en los programas ha aumentado dramáticamente. Sin embargo, en este estudio no se ha hecho ningún esfuerzo para separar los efectos de los programas de educación sobre la salud resultantes de otros programas diferentes. Verificaciones hechas al azar y otras pruebas o impresiones sugieren que los habitantes han aprendido de memoria los mensajes, pero la relación entre los conocimientos sobre la salud y su puesta en práctica continúa sin analizar.

Otro tipo de medida del impacto del *Radio Docteur* es el éxito que ha tenido su derivado escolar, *Classe d'Hygiène* (Clase de Higiene). Está dirigido a 30.000 niños de quinto y sexto grados (la mayoría entre los 10 y 15 años de edad). Se trata de un concurso o certamen educacional. El programa se transmite desde noviembre hasta marzo de cada año, y ya tiene nueve años en el aire. Los participantes escuchan doce lecciones sobre la salud, cada una de las cuales se transmite tres veces por semana en francés (el idioma de instrucción en Haití). Luego de cada transmisión, los estudiantes contestan cinco preguntas por escrito, y reciben dos puntos por cada respuesta correcta. Se otorgan premios y certificados tanto a los participantes sobresalientes como a las escuelas en base al puntaje obtenido al fin del término escolar. La participación en este programa ha aumentado cada año desde su inepción, habiendo aumentado el número de respuestas enviadas por los alumnos de quinto y sexto grado de 444 en 1970 a 20.064 en 1975.

Después de 1975, el programa de *Radio Docteur* fue institucionalizado a través del Departamento de Educación para que llegue tanto a los maestros como a los alumnos de las escuelas primarias de todo Haití.

ASPECTOS QUE MERECE DESTACARSE:

- Junto con otras actividades educativas, el Centro de Higiene produce materiales impresos, películas, cintas grabadas y diapositivas, y programas de grabaciones folklóricas. Además conduce seminarios y cursos de adiestramiento para especialistas en salud.

- Los organismos gubernamentales patrocinadores y el Centro de Higiene Familiar (una organización privada) mantienen excelentes relaciones. El Centro desarrolla, ensaya los materiales y busca formas efectivas de transmitir los mensajes que el gobierno incorpora en sus programas.
- Tanto la *Radio Lumière* como la *Radio Nationale* son operaciones sin fines de lucro y el Ministerio de Salud no tiene que pagar por la transmisión de los programas.
- Otro proyecto de la *Radio Lumière* aún en etapa piloto, se propone utilizar radios bidireccionales para promover el desarrollo rural integral. El objeto es alentar a los granjeros, amas de casa y a la juventud a que expresen sus quejas y opiniones y grabar sus palabras en cintas cassette para ser retransmitidas.
- La red actual abarca 16 estaciones afiliadas, un número suficiente como para garantizar una cobertura nacional.

REFERENCIAS:

- "On the Air," Edith Hollant, *Salubritas*, Vol. 2, Número 2, 1978.
- "Two-way Radio for Haiti," *ACTION: World Association for Christian Communication Newsletter*, Número 28, marzo de 1978.
- Information, Education and Communication (Manuel d'Introduction en Education Sanitaire), Edith Lataillade Hollant y Laurent Eustache, Centre d'Hygiène Familiale, 1978.
- "Radio Docteur": Health Education Radio Program of the Centre d'Hygiène Familiale," Edith Hollant, ponencia inédita, febrero de 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Enero de 1979

PROYECTO DE LAS COMUNIDADES RURALES DE KAVAR

Irán

BENEFICIARIOS:	16 comunidades rurales en la zona de Kavar
OBJETIVO:	Brindar servicios médicos adecuados a comunidades rurales por medio del adiestramiento de especialistas de salud para comunidades rurales
MEDIOS DE DIFUSION:	Materiales impresos y comunicación interpersonal
DONANTES-PATROCINADORES:	Universidad Pahlavi, Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo de Canadá (CIID)
DURACION:	Desde febrero de 1973 a enero de 1976
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Dr. Hossain A. Ronaghy, Chairman, Department of Community Medicine, Pahlavi University School of Medicine, Saadi Hospital, Shiraz, Iran; Dr. Steven Solter, Department of Community Medicine, Pahlavi University School of Medicine, Shiraz, Iran

DESCRIPCION:

El *Proyecto de Comunidades Rurales de Kavar* fue uno de dos proyectos pilotos que se iniciaron para solucionar la escasez creciente de personal médico calificado y el problema de acceso limitado a servicios médicos modernos en las remotas zonas rurales de Irán. El objetivo inicial fue mejorar la salud de la población rural de Irán incrementando los servicios del Cuerpo Médico que en 1973 proporcionó clínicas médicas y equipos móviles que abarcaron unas 6.000 (un 12 por ciento) de las 55.000 comunidades rurales en Irán. El programa del Cuerpo Médico se amplió por medio del adiestramiento de auxiliares de salud para las comunidades rurales.

El estudio comenzó en enero de 1973 bajo la dirección del Departamento de Medicina Comunitario (Universidad Pahlavi, Facultad de Medicina) y recibió financiamiento del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID). Se seleccionó un lugar de adiestramiento en Kavar, un pueblo pequeño situado 56 kilómetros al sudeste de Shiraz. En Kavar se encontraba una estación del Cuerpo Médico, uno de los 400 centros sanitarios similares en las zonas rurales de Irán. Se seleccionaron 16 comunidades remotas en la región de Kavar; en cada una de ellas se eligió a un habitante que supiera leer y escribir de entre un grupo de voluntarios. Los once hombres y cinco mujeres representaban una gran variedad de edades (de 16 a 45 años), personalidades, y antecedentes socioeconómicos. Su adiestramiento consistió en sesiones en el aula, demostraciones, y capacitación clínica. Luego de completar el curso, retornaron a sus respectivas comunidades para desempeñar el papel de auxiliares médicos asalariados y, de tiempo en tiempo, tomaron cursos adicionales para refrescar sus conocimientos.

Antes de seleccionar y adiestrar a los auxiliares, se llevaron a cabo estudios de base para determinar la prevalencia de enfermedades, la disponibilidad de habitantes que supieran leer y escribir y de atención médica. Los estudios mostraron que la mayoría de las quejas expresadas en las clínicas médicas móviles eran bastante simples y que un auxiliar de salud podía tratar adecuadamente la mayoría de los casos y referir el resto —un 10 por ciento— al centro médico. Además, se llevó a cabo un estudio de 200 hogares seleccionados al azar sobre los conocimientos, actitudes y prácticas relativas a la salud individual y pública en la comunidad. Se obtuvieron también datos del censo sobre nacimientos, fallecimientos, matrimonios, divorcios, inmigración y población total para usarlos como base para el desarrollo de objetivos relativos a la conducta que debían observar los especialistas de salud: control de enfermedades transmisibles, salud ambiental, nutrición, educación comunitaria, salud materno-infantil, y planificación familiar y tratamiento. Dichos objetivos proporcionaron la base para la elaboración del programa de estudios y los materiales que debían editarse en persa para el curso. Se abarcan temas sobre crecimiento y desarrollo, anatomía y fisiología, nutrición, enfermedades transmisibles, relaciones entre el paciente y el especialista, salud materno-infantil y planificación familiar, y salud pública rural.

En agosto de 1973 comenzó un curso de adiestramiento intensivo de 6 meses de duración cuando los auxiliares se reunieron en Kavar. El objetivo principal del curso fue prepararlos para sus labores en medicina preventiva y educativa en sus comunidades correspondientes. Miembros del personal del Departamento de

Medicina Comunitaria, personal médico del Cuerpo Médico, y el director del proyecto de capacitación dictaron los cursos, integrando la teoría y la práctica y dándoles oportunidad diaria a los estudiantes de poner en práctica en el campo o en la clínica lo que habían aprendido en el aula. Se dictaron clases en la casa alquilada que sirvió también como residencia de los practicantes, mientras que el trabajo práctico y clínico se realizó en la estación del Cuerpo Médico más cercano.

Se dividió al personal en adiestramiento en cuatro grupos dirigidos por una partera de la clínica del Cuerpo Médico, un asistente del Cuerpo Médico en la clínica de tratamiento, un asistente especializado en farmacología del Cuerpo Médico y un médico del Cuerpo. Cada grupo tenía a su cargo una de las siguientes áreas principales: salud materno-infantil y planificación familiar; tratamiento, incluyendo técnicas de esterilización, métodos para dar inyecciones, vendajes y otras técnicas de primeros auxilios; indicaciones, contraindicaciones, dosis y efectos secundarios de los medicamentos; cómo tomar el historial médico, exámenes físicos, y evaluación del paciente. Todos los estudiantes adquirieron experiencia en las cuatro áreas por medio de rotaciones semanales. Los últimos tres meses del adiestramiento se dedicaron a técnicas clínicas. Aprendieron métodos para evaluar los problemas clínicos rurales más importantes y a determinar si un paciente debía ser tratado en la comunidad o debía referirse al médico en Kavar o Shiraz. Además de examinar y tratar a los pacientes en la estación del Cuerpo Médico, los nuevos auxiliares realizaron numerosas visitas de campo en las comunidades vecinas.

RESULTADOS:

Durante los seis meses se efectuaron evaluaciones periódicas de las técnicas y conocimientos adquiridos por el personal adiestrado por medio de exámenes escritos y observaciones. Una comisión de médicos observó al personal adiestrado en clínicas y en el campo y evaluó su competencia en cada área del trabajo.

Estudios de las evaluaciones indicaron que el personal así capacitado fue bien recibido por los habitantes y que influenciaron las prácticas sanitarias de los habitantes de las comunidades. Durante los primeros seis meses de su trabajo en el campo, las visitas de pacientes a las instalaciones clínicas fueron 4.875 pacientes de una población de 9.152 y el porcentaje de mujeres entre las edades de 15 y 44 años que usaron métodos de planificación familiar aumentó del 8,8 a 21,4 por ciento.

Además los auxiliares han logrado motivar a los habitantes para que lleven a cabo mejoras sanitarias que se necesitaban urgentemente, incluyendo la construcción de retretes sanitarios y el mejoramiento de los existentes, la separación del lugar en donde viven los animales de la vivienda para los seres humanos, construcción de fuentes de agua potable (bombas y pozos) y el mejoramiento de las "casas de baños" existentes o la construcción de nuevas donde fuera necesario.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Gran parte de los médicos tradicionales de Irán se opusieron o por lo menos se mostraron muy críticos de este esquema. Sostenían que las vidas y la salud de la población estarían en peligro si estaban en manos de para-médicos y auxiliares de salud semi calificados.
- La estructura social de las comunidades causó ciertos problemas. Por ejemplo, los auxiliares que tuvieron más dificultades en ser aceptados fueron aquellos que eran bien conocidos en la comunidad o que pertenecían a facciones o familias identificadas con ciertos valores. Las costumbres y presiones sociales también influenciaron el reclutamiento de mujeres.
- Parece ser que la experiencia de prestar servicios en comunidades y pueblos pequeños en organizaciones tales como el Cuerpo Médico, no induce a los médicos a permanecer en las zonas remotas. Los médicos del Cuerpo Médico tienden, más bien, a regresar a los centros urbanos importantes al cumplir su periodo de servicio.
- Otro programa piloto que se lanzó al mismo tiempo que el *Proyecto de las Comunidades Rurales de Kavar* fue el Proyecto de Especialistas de Salud de Nivel Intermedio in Marvdasht. El especialista de salud de nivel intermedio (behdar) tiene entre 9 y 11 años de educación básica y se lo adiestra por cuatro años. Se anticipa la creación de un sistema de tres etapas, con el "behdar" como vínculo entre el auxiliar y el médico u hospital.

REFERENCIAS:

- "Medical Problems of Developing Nations: An Attempt to Bring Medical Care to Rural Communities in Iran." H. A. Ronaghy, *British Medical Journal*, 31 de enero de 1970.
- "Village Health Workers," H.A. Ronaghy, Y. Mousseau-Gershman y A. Doroznyski, International Development Research Centre, publicación No. IDRC-074e, 1976.
- "The Auxiliary Worker in Iran," H. A. Ronaghy y S.L. Solter, *The Lancet*, 25 de agosto de 1973.
- "Problem of Rural Health Care Delivery in Iran: Is the Chinese Barefoot Doctor Exportable?" H.A. Ronaghy y S.L. Solter, abril de 1974.
- "Project Summary and Description," IDRC File No. 3072-1113.
- "Success Story from Iran," *Future*, Vol. 4, No. 1, 1977 (condensado por A. Doroznyski en *Health Care for the Most People* —IDRC Reports, Vol. 5, No. 3).

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1979

EDUCACION SANITARIA MEDIANTE RADIONOVELAS

Sri Lanka

BENEFICIARIOS:	La población adulta de habla sinhala y tamil en Sri Lanka
OBJETIVO:	Utilizar un formato de radiodifusión proporcionando entretenimiento para transmitir información sobre la salud y la planificación familiar
MEDIOS DE DIFUSION:	Radio y tarjetas postales
DONANTES-PATROCINADORES:	El Ministerio de Salud, el Ministerio de Información y Trasmisión, el Gobierno de Sri Lanka; el Fondo de las Naciones Unidas para Actividades de Población y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)
DURACION:	Comenzó en 1973 y terminó en 1977
PARA MAYOR INFORMACION, DIRIJASE A:	Piyasoma Medis, Sri Lanka Foundation Institute, 100 Independence Square, P.O. Box 1203, Colombo 7, Sri Lanka; Marty Rajandran, Program Officer, UNICEF, 5, Queens Avenue, Colombo 7, Sri Lanka.

DESCRIPCION:

En 1973, el Gobierno de Sri Lanka y el FNUAP organizaron y ejecutaron un proyecto multifacético de planificación familiar que costó 6 millones de dólares. Se financiaron 11 programas interrelacionados para alentar la planificación familiar, incluyendo educación secundaria, educación médica, prestación de servicios médicos, educación sanitaria, educación del trabajador y medios de comunicación masiva. Dentro del componente de comunicación masiva se crearon dos series de radionovelas. Se seleccionó la radio como medio porque un 72 por ciento de la población total tiene acceso a la radio. Se utilizó el drama como método debido a que ocupa el segundo puesto de popularidad después de la música entre los oyentes.

A fines de 1973, UNICEF y la Sri Lanka Broadcasting Corporation (SLBC) negociaron un acuerdo por el cual la SLBC produciría y transmitiría las dos radionovelas, una en el idioma oficial de sinhala, hablado por un 72 por ciento de la población, y el otro en tamil, hablado por un 20,5 por ciento de la población. A cambio de ello, UNICEF proporcionaría a la SLBC equipos de producción por valor de 13.000 dólares. UNICEF y el Ministerio de Salud se encargarían de proporcionar la información sobre planificación familiar que sería incluida dentro de la trama de la serie.

La historia en sinhala trataba de una familia con 14 hijos. Los problemas de una familia numerosa se compararon con los de una familia vecina que sólo tenía cuatro hijos; la trama recalca los beneficios que gozan los niños de la familia más pequeña. La historia en tamil

trataba de una familia con cuatro niños y un padre sin empleo. Luego de confrontar una serie de problemas relacionados con el peso de mantener una familia, el padre aprende la importancia que tiene la planificación familiar.

Los programas en ambas series fueron transmitidos una vez por semana de julio de 1974 hasta julio de 1975, el periodo oficial del proyecto. Luego se creó una comisión de representantes del Ministerio de Salud, del Ministerio de Información y Trasmisión y UNICEF para realizar un formato para la expansión del programa. La comisión consideró la planificación familiar como una parte de la salud familiar y pensó que los guiones podían ser ampliados para incluir otros mensajes de salud. Se harían preguntas al final de cada programa para solicitar respuestas utilizando una tarjeta postal, una técnica posible debido al alto grado de alfabetismo en Sri Lanka, que es un 78 por ciento. Con esta repercusión, se podría evaluar la reacción a los mensajes de los programas. Las dos series nuevas comenzaron en marzo de 1976 y se transmitieron una vez por semana hasta diciembre de 1976.

La nueva serie de novelas en sinhala, *Pahan Siluwa*, continuó con la misma trama. Se amplió el contenido educativo para incluir medicina infantil, higiene, y nutrición. *Kan Kanda Theivam*, la serie en tamil adoptó una historia nueva debido a que la original había llegado a una conclusión lógica. La historia en tamil se centró alrededor de un médico y su familia que viven en una comunidad rural cerca de una plantación de té.

Dentro de este escenario, se pudieron presentar temas sobre la salud relativas a las familias de escasos recursos de las plantaciones, quienes hablan tamil. Los personajes de la historia presentaron información sobre la salud por medio de libretos humorísticos y hábiles. Formaron parte integral de las dos series los temas religiosos y música animada.

RESULTADOS:

Para evaluar la eficacia y la aceptación de las series, se tomaron muestras al azar de aquellos que habían enviado contestaciones por medio de las tarjetas. Esta muestra de la población recibió un cuestionario y un sobre con la dirección y los sellos postales ya colocados. De nuevo, se pudo utilizar este cuestionario auto-administrado debido a la alta tasa de alfabetismo en Sri Lanka. Se formularon 30 preguntas con varias contestaciones posibles, que examinaron la información demográfica, el uso de los medios de difusión, y el conocimiento específico de la información sanitaria. El cuestionario no trató de averiguar si la información sobre la salud se estaba poniendo en práctica. Es decir, el propósito del cuestionario era saber si los que respondieron al mismo entendían o podían recordar los mensajes sobre la salud, no si habían adoptado buenas prácticas de salud. Se suponía (fuera esto viable o no) que si los oyentes recordaban los mensajes sobre la salud de manera específica, esto indicaba una alta adopción de los mismos.

A pesar de que el cuestionario fue enviado a una muestra numerosa (1.1000 en sinhala y 300 en tamil), el muestreo era parcial debido a que se seleccionaron los radioyentes que habían mandado tarjetas. Esto significó que aquellos que estaban predispuestos positivamente y que sabían leer y escribir participarían en la evaluación. Sin embargo, teniendo poco tiempo y dinero, los evaluadores decidieron concentrar su estudio en aquellos oyentes conocidos. El porcentaje de respuestas a los cuestionarios fue excelente en ambas series. Se recibieron 800 cuestionarios en sinhala (73 por ciento) y 180 cuestionarios en tamil (60 por ciento). A continuación sigue un resumen de los resultados: 1) la mayoría de los entrevistados fueron mujeres solteras, sin empleo y menores de 30 años, con alguna educación secundaria; 2) el 88 por ciento de los oyentes escuchaban la radio entre

las 17.00 y las 23.00 hs.; 3) la mayoría prefirió los programas de entretenimiento, aunque una minoría sustancial (39 por ciento) indicó que prefería los programas educativos; 4) la identificación de la hora en que se transmitieron los programas y de los personajes principales demostraron una gran lealtad a las series, aunque pocos de los encuestados habían escuchado todos los programas de la serie; 5) los entrevistados expresaron que la información sobre la salud fue para ellos nueva y de valor; y 59 por ciento de los oyentes de la serie en sinhala pudieron recordar algunos de los mensajes; mientras que el 100 por ciento de los oyentes de la serie en tamil pudieron recordar mensajes sobre la salud.

ASPECTOS QUE MERECEN DESTACARSE:

- Entre el 33 y el 50 por ciento de las madres que asistieron a las clínicas sanitarias en las zonas seleccionadas al azar habían escuchado el programa y pudieron mencionar algunos de los mensajes transmitidos.
- Un 95 por ciento de las tarjetas postales que fueron enviadas en respuesta a la pregunta sobre la salud formulada al finalizar cada programa contenían respuestas correctas.
- Se continuó la transmisión de *Pahan Silawa*, gracias a un patrocinador privado, que excluyó los mensajes sobre la salud de los libretos.
- Se recibieron aproximadamente 26.000 tarjetas postales durante la transmisión de las series. En un día se llegó a recibir hasta 1.000 tarjetas.

REFERENCIAS:

- Health Messages Through Radio Drama, A Sri Lanka Experience*, Piyasoma Medis y Marty Rajandran, UNICEF, Colombo, Sri Lanka, 1977.
- "Sri Lanka Soap Operas," *Project Support Communications Newsletter (PSC)*, Vol. 1, No. 3, Information Division, UNICEF, Nueva York, N.Y.

Clearinghouse on Development Communication
Abril de 1980

REFERENCIAS

ACCION CULTURAL POPULAR (ACPO), 17

Ver las siguientes referencias:

América Latina, Audiovisual,
Colombia, **Desarrollo Rural
Integral**, Financiamiento Local o
Auto, Impresión, Interpersonal,
Película, Radiodifusión

CULTURAL POPULAR HONDUREÑA, 49

Ver las siguientes referencias:

América Latina, **Educación y
Recursos Humanos**, Financiamiento
Local o Auto, Honduras, Impresión,
Radiodifusión

Afganistán

Asistencia a la Radiodifusión
Rural, **Agricultura, 7**

Africa

Campaña de Publicidad Sobre
Nutrición, Túnez, **Nutrición, 71**

Centro de Enseñanza a Larga
Distancia de Lesotho, Lesotho,
Educación y Recursos Humanos,
41

El Hombre es Salud (*Mtu ni Afya*),
Tanzania), **Salud, 93**

Laedza Batanani, Botswana,
Desarrollo Rural Integral, 19

Los Hijos de mi Hermano, Nigeria,
Población, 83

Programa de Administración de
Tanques de Inmersión para
Ganado en *Kipsigis*, Kenia,
Agricultura, 11

Proyecto de Igualdad de Acceso a
la Educación para Mujeres y
Niñas, Alto Volta, **Desarrollo
Rural Integral, 25**

Radio Educative/Proyecto Piloto
en Medios de Comunicación para
la Educación de Adultos,
Senegal, **9**

Télé-Niger, Niger, **Educación y
Recursos Humanos, 51**

Unidad de Cursos por
Correspondencia, Kenia,
Educación y Recursos Humanos,
45

Zaa Na Uwatunze, Kenia, **Salud, 99**

AGRICULTURA

Asistencia a la Radiodifusión
Rural, Afganistán, **7**

Educación Básica Rural,
Guatemala, **1**

El Proyecto Piloto de Foros
Agrícolas por Radio, Tailandia,
3

La Escuela en el Aire, India, **5**
Masagana 99, Filipinas, **13**

Programa de Administración de
Tanques de Inmersión para
Ganado en *Kipsigis*, Kenia, **11**

Radio Educative/Proyecto Piloto
en Medios de Comunicación para
la Educación de Adultos,
Senegal, **Agricultura, 9**

Alaska

Telemedicina en Alaska, Estados
Unidos, **Salud, 97**

América Latina

Acción Cultural Popular (ACPO),
Colombia, **Desarrollo Rural
Integral, 17**

Acción Cultural Popular
Hondureña, Honduras, **Educación
y Recursos Humanos, 49**

Campaña de Leche Materna,
Trinidad y Tobago, **Nutrición,**
59

Educación Básica Rural,
Guatemala, **Agricultura, 1**

El Proyecto Pila, Guatemala,
Salud, 95

La Campaña de Planificación
Familiar (*Have a Heart*) Tengan
Corazón, Jamaica, **Población, 79**

La Televisión Educativa y la
Reforma de la Educación, El
Salvador, **Educación y Recursos
Humanos, 33**

Matemáticas por Radio, Nicaragua,
Educación y Recursos Humanos,
35

Medios de Difusión Masivos vs.
Programa Directo de Educación,
México, **Nutrición, 75**

Movimiento de Educación Básica,
Brasil, **Educación y Recursos
Humanos**, 57

Programa de Planificación
Familiar--APROFAM, Guatemala,
Población, 89

Proyecto Experimental de
Nutrición, Brasil, **Nutrición**,
61

Proyecto Radio Primaria Rural,
Paraguay, **Educación y Recursos
Humanos**, 55

Radio Docteur, (Médico por
Radio), Haití, **Salud**, 101

Radio Mensaje, Ecuador,
Desarrollo Rural Integral, 23

Radio Santa María, República
Dominicana, **Educación y
Recursos Humanos**, 37

Asia

Asistencia a la Radiodifusión
Rural, Afganistán, **Agricultura**,
7

Campaña Publicitaria sobre
Nutrición por Medios de
Comunicación Masiva, Filipinas,
Nutrición, 67

Capacitación de Maestros:
Programa SITE, India, **Educación
y Recursos Humanos**, 39

Educación Sanitaria mediante
Radionovelas, Sri Lanka, **Salud**,
105

El Proyecto Jamu, Indonesia,
Población, 85

El Proyecto Piloto de Foros
Agrícolas por Radio, Tailandia,
Agricultura, 3

La Escuela en el Aire, India,
Agricultura, 5

Masagana 99, Filipinas,
Agricultura, 13

Método de Analogía Agrícola para
la Planificación Familiar,
Filipinas, **Población**, 81

Programa de Comercialización de
Contraceptivos Preethi, Sri
Lanka, **Población**, 87

Proyecto de Desarrollo Rural
Integral de Shadab, Pakistán,
Desarrollo Rural Integral, 27

Proyecto de Nutrición por Medios
de Comunicación Masiva, India,
Nutrición, 63

Proyecto Poshak, India,
Nutrición, 69

ASISTENCIA A LA RADIODIFUSION RURAL, 7

Ver las siguientes referencias:

Afganistán, **Agricultura**, Asia,
Cassettes, Donantes Internacional,
Interpersonal, Radio

Audiovisual

Acción Cultural Popular (ACPO),
Colombia, **Desarrollo Rural
Integral**, 17

Campaña de Leche Materna,
Trinidad y Tobago, **Nutrición**,
59

Educación Básica Rural,
Guatemala, **Agricultura**, 1

El Hombre es Salud (Mtu ni
Afyu), Tanzania, **Salud**, 93

El Proyecto Modelo de
Planificación Familiar en
Isfahan, Irán, **Población**, 77
Masagana 99, Filipinas

Agricultura, 13

Método de Analogía Agrícola para
Planificación Familiar,
Filipinas, **Población**, 81

Programa de Administración de
Tanques de Inmersión para
Gandado en Kipsigis, Kenia
Agricultura, 11

Programa de Comercialización de
Contraceptivos Preethi, Sri
Lanka, **Población**, 87

Proyecto de Igualdad de Acceso a
la Educación para Mujeres y
Niñas, Alto Volta, **Desarrollo
Rural Integral**, 25

Proyecto de Nutrición por Medios
de Comunicación Masiva, India,
Nutrición, 69

Proyecto Experimental de
Nutrición, Brasil, **Nutrición**,
61

Proyecto Poshak, India,
Nutrición, 69

Radio Docteur (Médico por Radio),
Haití, **Salud**, 101

Botswana

Laedza Batanani, **Desarrollo Rural Integral**, 19

Brasil

Movimiento de Educación Básica,
Educación y Recursos Humanos,
57

Proyecto Experimental de
Nutrición, **Nutrición**, 61

CAMPAÑA DE LECHE MATERNA, 59

Ver las siguientes referencias:

América Latina, Audiovisual,
Financiamiento Local o Auto,
Mujeres en Desarrollo, **Nutrición**
Película, Tobago, Trinidad,
Radiodifusión

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD SOBRE NUTRICION, 71

Ver las siguientes referencias:

Africa, Donantes Internacional,
Financiamiento de Gobierno
Nacional, Interpersonal, Mujeres en
Desarrollo, **Nutrición**,
Radiodifusión, Túnez

CAMPAÑA PUBLICITARIA SOBRE NUTRICION POR MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA, 67

Ver las siguientes referencias:

Asia, Donantes Internacional,
Filipinas, Financiamiento de
Gobierno Nacional, Interpersonal,
Nutrición, Radiodifusión

CAPACITACION DE MAESTROS: PROGRAMA SITE, 39

Ver las siguientes referencias:

Asia, **Educación y Recursos Humanos**,
Financiamiento Gobierno Nacional,
Impresión, India, Interpersonal,
Mujeres en Desarrollo,
Participación de la Agencia para el
Desarrollo Internacional,
Radiodifusión, Satélite,
Teledifusión

Cassettes

Asistencia a la Radiodifusión
Rural, Afganistán, **Agricultura**,
7

El Hombre es Salud (Mtu ni Afya),

Tanzania, **Salud**, 93

El Proyecto Pila, Guatemala,
Salud, 95

Programa de Administración de
Tanques de Inmersión para
Ganado en Kipsigis, Kenia,
Agricultura, 11

Radio Docteur (Médico por Radio),
Haití, **Salud**, 101

Radio Mensaje, Ecuador,
Desarrollo Rural Integral, 23

CENTRO DE ENSEÑANZA A LARGA DISTANCIA DE LESOTHO, 41

Ver las siguientes referencias:

Africa, **Educación y Recursos
Humanos**, Donantes Internacional,
Financiamiento de Gobierno
Nacional, Impresión, Interpersonal,
Lesotho, Mujeres en Desarrollo,
Radiodifusión

Colombia

Acción Cultural Popular (ACPO),
Desarrollo Rural Integral, 17

Correspondencia

Educación Básica Rural,
Guatemala, **Agricultura**, 1
La Escuela en el Aire, India,
Agricultura, 5

Radio Educative/Proyecto Piloto
en Medios de Comunicación para
la Educación de Adultos,
Senegal, **Agricultura**, 9
Unidad de Cursos por
Correspondencia, Kenia,
Educación y Recursos Humanos,
45

DESARROLLO RURAL INTEGRAL

Acción Cultural Popular (ACPO),
Colombia, 17

Experimento de Televisión
Educativa via Satélite, India,
29

Laedza Batanani, Botswana, 19
Proyecto de Desarrollo Rural
Integral de Shadab, Pakistán,
27

Proyecto de Igualdad de Acceso a
la Educación para Mujeres y
Niñas, Alto Volta, 25

Proyecto para el Territorio
Inferior del Yukon (Skyriver),
Estados Unidos, 21
Radio Mensaje, Ecuador, 23

Donantes Internacional

Asistencia a la Radiodifusión
Rural, Afganistán, **Agricultura,**
7

Campaña de Publicidad sobre
Nutrición, Túnez, **Nutrición,** 71

Centro de Enseñanza a Larga
Distancia de Lesotho, Lesotho,
Educación y Recursos Humanos,
41

Educación Sanitaria mediante
Radionovelas, Sri Lanka, **Salud,**
105

El Hombre es Salud (Mtu ni Afya),
Tanzania, **Salud,** 93

El Proyecto Pila, Guatemala,
Salud, 95

El Proyecto Piloto de Foros
Agrícolas por Radio, Tailandia,
Agricultura, 3

La Televisión Educativa y la
Reforma de la Educación, El
Salvador, **Educación y Recursos**
Humanos, 33

Los Hijos de mi Hermano, Nigeria,
Población, 83

Masagana 99, Filipinas,
Agricultura, 13

Método de Analogía Agrícola para
la Planificación Familiar,
Filipinas, **Población,** 81

Movimiento de Educación Básica,
Brasil, **Educación y Recursos**
Humanos, 57

Programa de Administración de
Tanques de Inmersión para
Ganado en Kipsigis, Kenia,
Agricultura, 11

Programa de Comercialización de
Contraceptivos Preethi, Sri
Lanka, **Población,** 87

Proyecto de Igualdad de Acceso a
la Educación para Mujeres y
Niñas, Alto Volta, **Desarrollo**
Rural Integral, 25

Proyecto de las Comunidades
Rurales de Kavar, Irán, **Salud,**
103

Proyecto de Nutrición por Medios

de Comunicación Masiva, India,
Nutrición, 63

Proyecto Experimental de
Nutrición, Brasil, **Nutrición,**
61

Proyecto Poshak, India,
Nutrición, 69

Proyecto Radio Primaria Rural,
Paraguay, **Educación y Recursos**
Humanos, 55

Radio Educative/Proyecto Piloto
en Medios de Comunicación para
la Educación de Adultos,
Senegal, **Agricultura,** 9

Télé-Niger, Niger, **Educación y**
Recursos Humanos, 55

Zaa Na Uwatunze, Kenia, **Salud,** 99

Ecuador

Radio Mensaje, **Desarrollo Rural**
Integral, 23

EDUCACION BASICA RURAL, 1

Ver las siguientes referencias:

Agricultura, América Latina,
Audiovisual, Correspondencia,
Financiamiento Gobierno Nacional,
Guatemala, Interpersonal,
Participación de la Agencia para el
Desarrollo Internacional,
Radiodifusión

EDUCACION SANITARIA MEDIANTE RADIONOVELAS, 105

Ver las siguientes referencias:

Asia, Donantes Internacional,
Financiamiento de Gobierno
Nacional, Radiodifusión,
Salud, Sri Lanka

EDUCACION Y RECURSOS HUMANOS

Acción Cultural Popular
Hondureña, Honduras, 49

Capacitación de Maestros:
Programa SITE, India, 39

Centro de Enseñanza a Larga
Distancia de Lesotho, Lesotho,
41

La Televisión Educativa y la
Reforma de la Educación, El
Salvador, 33

Matemáticas por Radio, Nicaragua,
35

Movimiento de Educación Básica,

Brasil, 57
Proyecto Radio Primaria Rural,
Paraguay, 55
Radio Santa María, República
Dominicana, 37
Télé-Niger, Niger, 51
Unidad de Cursos por
Correspondencia, Kenia, 45

**EL HOMBRE ES SALUD (MTU NI AFYA),
93**

Ver las siguientes referencias:

Audiovisual, Africa, Cassettes,
Donantes Internacional,
Financiamiento de Gobierno
Nacional, Impresión,
Interpersonal, Mujeres en
Desarrollo, Radio de Doble Vía,
Salud, Tanzania

EL PROYECTO JAMU, 85

Ver las siguientes referencias:

Asia, Financiamiento Local o Auto,
Indonesia, Impresión,
Interpersonal, Mujeres en
Desarrollo, Población,
Radiodifusión

**EL PROYECTO MODELO PLANIFICACION
FAMILIAR EN ISFAHAN, 77**

Ver las siguientes referencias:

Audiovisual, Financiamiento de
Gobierno Nacional, Impresión,
Interpersonal, Irán, Mujeres en
Desarrollo, Oriente Medio,
Película, Población,
Radiodifusión

EL PROYECTO PILA, 95

Ver las siguientes referencias:

América Latina, Cassettes,
Donantes Internacional, Guatemala,
Interpersonal, Mujeres en
Desarrollo, Salud

**EL PROYECTO PILOTO DE FOROS
AGRICOLAS POR RADIO, 3**

Ver las siguientes referencias:

Agricultura, Asia, Donantes
Internacional, Financiamiento de
Gobierno Nacional, Impresión,
Radiodifusión, Tailandia

El Salvador

La Televisión Educativa y la
Reforma de la Educación,
Educación y Recursos Humanos,
33

Estados Unidos

Proyecto para el Territorio
Inferior del Yukon (Skyriver),
Desarrollo Rural Integral, 21
Telemedicina en Alaska, Salud, 97

**EXPERIMENTO DE TELEVISION EDUCATIVA
VIA SATELITE, 29**

Ver las siguientes referencias:

Desarrollo Rural Integral,
Financiamiento de Gobierno Nacional,
India, Satélite, Teledifusión

Filipinas

Campaña Publicitaria sobre
Nutrición por Medios de
Comunicación Masiva, **Nutrición,**
67

Masagana 99, **Agricultura, 13**
Método de Analogía Agrícola para
la Planificación Familiar,
Población, 81

Financiamiento Auto

Ver las siguientes referencias:

Financiamiento Local

Financiamiento de Gobierno Nacional

Campaña de Publicidad sobre
Nutrición, Túnez, **Nutrición, 71**
Campaña Publicitaria sobre
Nutrición por Medios de
Comunicación Masiva, Filipinas,
Nutrición, 67

Capacitación de Maestros:

Programa SITE, India, **Educación
y Recursos Humanos, 39**

Centro de Enseñanza a Larga
Distancia de Lesotho, Lesotho,
Educación y Recursos Humanos,
41

Educación Básica Rural,
Guatemala, **Agricultura, 1**
Educación Sanitaria mediante
Radionovelas, Sri Lanka, **Salud,**
105

El Hombre es Salud (Mtu ni Afya),
Tanzania, **Salud, 93**

- El Proyecto Modelo de Planificación Familiar en Isfahan, Irán, **Población**, 77
- El Proyecto Piloto de Foros Agrícolas por Radio, Tailandia, **Agricultura**, 3
- Experimento de Televisión Educativa via Satélite, India, **Desarrollo Rural Integral**, 29
- La Campaña de Planificación Familiar (Have a Heart) Tengan Corazón, Jamaica, **Población**, 79
- La Escuela en el Aire, India, **Agricultura**, 5
- La Televisión Educativa y la Reforma de la Educación, El Salvador, **Educación y Recursos Humanos**, 33
- Los Hijos de mi Hermano, Nigeria, **Población**, 83
- Masagana 99, Filipinas, **Agricultura**, 13
- Matemáticas por Radio, Nicaragua, **Educación y Recursos Humanos**, 35
- Medios de Difusión Masivos vs. Programa Directo de Educación, México, **Nutrición**, 75
- Método de Analogía Agrícola para la Planificación Familiar, Filipinas, **Población**, 81
- Movimiento de Educación Básica, Brasil, **Educación y Recursos Humanos**, 57
- Programa de Administración de Tanques de Inmersión para Ganado en Kipsigis, Kenia, **Agricultura**, 11
- Proyecto de Desarrollo Rural Integral de Shadab, Pakistán, **Desarrollo Rural Integral**, 27
- Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas, Alto Volta, **Desarrollo Rural Integral**, 25
- Proyecto Poshak, India, **Nutrición**, 21
- Proyecto Radio Primaria Rural, Paraguay, **Educación y Recursos Humanos**, 55
- Radio Docteur, (Médico por Radio), Haití, **Salud**, 13
- Radio Educative/Proyecto Piloto en Medios de Comunicación para la Educación de Adultos, Senegal, **Agricultura**, 9
- Radio Santa María, República Dominicana, **Educación y Recursos Humanos**, 37
- Telemedicina en Alaska, Estados Unidos, **Salud**, 97
- Télé-Niger, Niger, **Educación y Recursos Humanos**, 55
- Unidad de Cursos por Correspondencia, Kenia, **Educación y Recursos Humanos**, 45
- Zaa Na Uwatunze, Kenia, **Salud**, 99
- Financiamiento Local o Auto**
- Acción Cultural Popular (ACPO), Colombia, **Desarrollo Rural Integral**, 17
- Acción Cultural Popular Hondureña, Honduras, **Educación y Recursos Humanos**, 49
- Campaña de Leche Materna, Trinidad y Tobago, **Nutrición**, 59
- El Proyecto Jamu, Indonesia, **Población**, 85
- Laedza Batanani, Botswana, **Desarrollo Rural Integral**, 19
- Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas, Alto Volta, **Desarrollo Rural Integral**, 25
- Proyecto Poshak, India, **Nutrición**, 69
- Radio Docteur, (Médico por Radio), Haití, **Salud**, 101
- Radio Santa María, República Dominicana, **Educación y Recursos Humanos**, 37
- Guatemala**
- Educación Básica Rural, **Agricultura**, 1
- El Proyecto Pila, **Salud**, 95
- Programa de Planificación Familiar--APROFAM, **Población**, 89
- Haití**
- Radio Docteur, (Médico por Radio), **Salud**, 101

Honduras

Acción Cultural Popular
Hondureña, **Educación y Recursos Humanos**, 49

Impresión

Acción Cultural Popular (ACPO),
Colombia, **Desarrollo Rural Integral**, 17
Acción Cultural Popular
Hondureña, Honduras, **Educación y Recursos Humanos**, 49
Capacitación de Maestros:
Programa SITE, India, **Educación y Recursos Humanos**, 39

Centro de Enseñanza a Larga
Distancia de Lesotho, Lesotho,
Educación y Recursos Humanos, 41

El Hombre es Salud (Mtu ni Afya),
Tanzania, **Salud**, 93

El Proyecto Jamu, Indonesia,
Población, 85

El Proyecto Modelo de
Planificación Familiar en
Isfahan, Irán, **Población**, 77

El Proyecto Piloto de Foros
Agrícolas por Radio, Tailandia,
Agricultura, 3

La Campaña de Planificación
Familiar (Have a Heart) Tengan
Corazón, Jamaica, **Población**, 79

La Televisión Educativa y la
Reforma de la Educación, El
Salvador, **Educación y Recursos Humanos**, 33

Los Hijos de mi Hermano, Nigeria,
Población, 83

Masagana 99, Filipinas,
Agricultura, 13

Movimiento de Educación Básica,
Brasil, **Educación y Recursos Humanos**, 57

Programa de Administración de
Tanques de Inmersión para
Ganado en Kipsigis, Kenia,
Agricultura, 11

Programa de Comercialización de
Contraceptivos Preethi, Sri
Lanka, **Población**, 87

Programa de Planificación
Familiar--APROFAM, Guatemala,
Población, 89

Proyecto de Desarrollo Rural

Integral de Shadab, Pakistán,
Desarrollo Rural Integral, 27
Proyecto de Igualdad de Acceso a
la Educación para Mujeres y
Niñas, Alto Volta, **Desarrollo Rural Integral**, 25

Proyecto de las Comunidades
Rurales de Kavar, Irán, **Salud**, 103

Proyecto de Nutrición por Medios
de Comunicación Masiva, India,
Nutrición, 63

Proyecto Radio Primaria Rural,
Paraguay, **Educación y Recursos Humanos**, 55

Radio Docteur, (Médico por
Radio), Haití, **Salud**, 101

Radio Santa María, República
Dominicana, **Educación y Recursos Humanos**, 37

Telemedicina en Alaska, Estados
Unidos, **Salud**, 97

Télé-Niger, Niger, **Educación y Recursos Humanos**, 51

Unidad de Cursos por
Correspondencia, Kenia,
Educación y Recursos Humanos, 45

India

Capacitación de Maestros:
Programa SITE, **Educación y Recursos Humanos**, 39

Experimento de Televisión
Educativa via Satélite,
Desarrollo Rural Integral, 29

La Escuela en el Aire,
Agricultura, 5

Proyecto de Nutrición por Medios
de Comunicación Masiva,
Nutrición, 63

Proyecto Poshak, **Nutrición**, 69

Indonesia

El Proyecto Jamu, **Población**, 85

Interpersonal

Acción Cultural Popular (ACPO),
Colombia, **Desarrollo Rural Integral**, 17

Asistencia a la Radiodifusión
Rural, Afganistán, **Agricultura**, 7

Campaña de Publicidad sobre

Nutrición, Túnez, **Nutrición**, 71
 Campaña Publicitaria sobre
 Nutrición por Medios de
 Comunicación Masiva, Filipinas,
Nutrición, 67
 Capacitación de Maestros:
 Programa SITE, India, **Educación
 y Recursos Humanos**, 39
 Centro de Enseñanza a Larga
 Distancia de Lesotho, Lesotho,
Educación y Recursos Humanos,
 41
 Educación Básica Rural,
 Guatemala, **Agricultura**, 1
 El Hombre es Salud (Mtu ni Afya),
 Tanzania, **Salud**, 93
 El Proyecto Jamu, Indonesia,
Población, 85
 El Proyecto Modelo de
 Planificación Familiar en
 Isfahan, Irán, **Población**, 77
 El Proyecto Pila, Guatemala,
Salud, 95
 La Campaña de Planificación
 Familiar (Have a Heart) Tengan
 Corazón, Jamaica, **Población**, 79
 Laedza Batanani, Botswana,
Desarrollo Rural Integral, 19
 La Televisión Educativa y la
 Reforma de la Educación, El
 Salvador, **Educación y Recursos
 Humanos**, 33
 Los Hijos de mi Hermano, Nigeria,
Población, 83
 Masagana 99, Filipinas,
Agricultura, 13
 Medios de Difusión Masivos vs.
 Programa Directo de Educación,
 México, **Nutrición**, 75
 Método de Analogía Agrícola para
 la Planificación Familiar,
 Filipinas, **Población**, 81
 Movimiento de Educación Básica,
 Brasil, **Educación y Recursos
 Humanos**, 57
 Programa de Administración de
 Tanques de Inmersión para
 Ganado en Kipsigis, Kenia,
Agricultura, 11
 Programa de Comercialización de
 Contraceptivos Preethi, Sri
 Lanka, **Población**, 87
 Programa de Planificación
 Familiar--APROFAM, Guatemala,

Población, 89
 Proyecto de Desarrollo Rural
 Integral de Shadab, Pakistán,
Desarrollo Rural Integral, 27
 Proyecto de Igualdad de Acceso a
 la Educación para Mujeres y
 Niñas, Alto Volta, **Desarrollo
 Rural Integral**, 25
 Proyecto de las Comunidades
 Rurales de Kavar, Irán, **Salud**,
 103
 Proyecto Experimental de
 Nutrición, Brasil, **Nutrición**,
 61
 Proyecto para el Territorio
 Inferior del Yukon (Skyriver),
 Estados Unidos, **Desarrollo
 Rural Integral**, 21
 Proyecto Poshak, India,
Nutrición, 69
 Proyecto Radio Primaria Rural,
 Paraguay, **Educación y Recursos
 Humanos**, 55
Radio Educative/Proyecto Piloto
 en Medios de Comunicación para
 la Educación de Adultos,
 Senegal, **Agricultura**, 9
 Radio Mensaje, Ecuador,
Desarrollo Rural Integral, 23
 Radio Santa María, República
 Dominicana, **Educación y
 Recursos Humanos**, 37
Télé-Niger, Niger, **Educación y
 Recursos Humanos**, 51
 Unidad de Cursos por
 Correspondencia, Kenia,
Educación y Recursos Humanos,
 45
Zaa Na Uwatunze, Kenia, **Salud**, 99

Irán

El Proyecto Modelo de
 Planificación Familiar en
 Isfahan, **Población**, 71
 Proyecto de las Comunidades
 Rurales de Kavar, **Salud**, 103

Jamaica

La Campaña de Planificación
 Familiar (Have a Heart) Tengan
 Corazón, Jamaica, **Población**, 79

Kenia

Programa de Administración de

Tanques de Inmersión para
Ganado en Kipsigis,
Agricultura, 11
Unidad de Cursos por
Correspondencia, Educación y
Recursos Humanos, 45
Zaa Na Uwatunze, Salud, 99

**LA CAMPAÑA DE PLANIFICACION
FAMILIAR (HAVE A HEART) TENGAN
CORAZON, 79**

Ver las siguientes referencias:
América Latina, Financiamiento de
Gobierno Nacional, Impresión,
Interpersonal, Jamaica, Mujeres en
Desarrollo, Población

LAEDZA BATANANI, 19

Ver las siguientes referencias:
Africa, Botswana, Desarrollo Rural
Integral, Financiamiento Local o
Auto, Interpersonal, Medios
Folklóricos, Mujeres en Desarrollo

LA ESCUELA EN EL AIRE, 5

Ver las siguientes referencias:
Agricultura, Asia, Correspondencia,
Financiamiento de Gobierno
Nacional, India, Radiodifusión

**LA TELEVISION EDUCATIVA Y LA
REFORMA DE LA EDUCATION**

Ver las siguientes referencias:
América Latina, Donantes
Internacional, Educación y Recursos
Humanos, El Salvador,
Financiamiento de Gobierno
Nacional, Impresión, Interpersonal,
Participación de la Agencia para el
Desarrollo Internacional,
Teledifusión

Lesotho

Centro de Enseñanza a Larga
Distancia de Lesotho, Educación
y Recursos Humanos, 41

LOS HIJOS DE MI HERMANO, 83

Ver las siguientes referencias:
Africa, Donantes Internacional,
Financiamiento de Gobierno
Nacional, Impresión, Interpersonal
Medios Folklóricos, Mujeres en
Desarrollo, Nigeria, Población

MASAGANA 99, 13

Ver las siguientes referencias:
Agricultura, Asia, Audiovisual,
Donantes Internacional, Filipinas,
Financiamiento de Gobierno
Nacional, Impresión, Interpersonal,
Radiodifusión, Teledifusión

MATEMATICAS POR RADIO, 35

Ver las siguientes referencias:
América Latina, Audiovisual,
Educación y Recursos Humanos,
Financiamiento de Gobierno
Nacional, Impresión, Interpersonal,
Nicaragua, Participación de la
Agencia para el Desarrollo
Internacional, Radiodifusión

Medios

Ver las siguientes referencias:
Audiovisual, Cassettes,
Correspondencia, Impresión,
Interpersonal, Medios Folklóricos,
Película, Radio de Doble Vía,
Radiodifusión, Satélite,
Teledifusión

Medios Folklóricos

Laedza Batanani, Botswana,
Desarrollo Rural Integral, 19
Los Hijos de mi Hermano, Nigeria,
Población, 83
Medios de Difusión Masivos vs.
Programa Directo de Educación,
México, Nutrición, 75
Método de Analogía Agrícola para
la Planificación Familiar,
Filipinas, Población, 81
Proyecto de Igualdad de Acceso a
la Educación para Mujeres y
Niñas, Alto Volta, Desarrollo
Rural Integral, 25
Proyecto de Nutrición por Medios
de Comunicación Masiva, India,
Nutrición, 63
Proyecto Poshak, India,
Nutrición, 69

**MEDIOS DE DIFUSION MASIVOS VS.
PROGRAMA DIRECTO DE EDUCACION, 75**
Ver las siguientes referencias:
América Latina, Financiamiento de
Gobierno Nacional, Interpersonal,

Medios Folklóricos, México,
Nutrición, Radiodifusión

**METODO DE ANALOGIA AGRICOLA PARA LA
PLANIFICACION FAMILIAR, 81**

Ver las siguientes referencias:

Audiovisual, Asia, Donantes
Internacional, Filipinas,
Financiamiento de Gobierno
Nacional, Interpersonal, Medios
Folklóricos, Mujeres en Desarrollo,
Población

México

Medios de Difusión Masivos vs.
Programa Directo de Educación,
Nutrición, 75

MOVIMIENTO DE EDUCACION BASICA, 57

Ver las siguientes referencias:

América Latina, Brasil, Donantes
Internacional, **Educación y Recursos
Humanos**, Financiamiento de Gobierno
Nacional, Impresión, Interpersonal,
Radiodifusión

MTU NI AFYA

El Hombre es Salud, Tanzania,
Salud, 93

Mujeres en Desarrollo

Campaña de Leche Materna,
Trinidad y Tobago, **Nutrición,**
59

Campaña de Publicidad sobre
Nutrición, Túnez, **Nutrición, 71**

Campaña Publicitaria sobre
Nutrición por Medios de
Comunicación Masiva, Filipinas,
Nutrición, 67

Capacitación de Maestros:
Programa SITE, India, **Educación
y Recursos Humanos, 39**

Centro de Enseñanza a Larga
Distancia de Lesotho, Lesotho,
Educación y Recursos Humanos,
41

El Hombre es Salud (Mtu ni Afya),
Tanzania, **Salud, 93**

El Proyecto Jamu, Indonesia,
Población, 85

El Proyecto Modelo de
Planificación Familiar en
Isfahan, Irán, **Población, 77**

La Campaña de Planificación
Familiar (Have a Heart) Tengan
Corazón, Jamaica, **Población, 79**
Laedza Batanani, Botswana,

Desarrollo Rural Integral, 19
Los Hijos de mi Hermano, Nigeria,
Población, 83

Método de Analogía Agrícola para
la Planificación Familiar,
Filipinas, **Población, 81**

Proyecto de Igualdad de Acceso a
la Educación para Mujeres y
Niñas, Alto Volta, **Desarrollo
Rural Integral, 25**

Proyecto de Nutrición por Medios
de Comunicación Masiva, India,
Nutrición, 63

Proyecto Experimental de
Nutrición, Brasil, **Nutrición,**
61

Proyecto para el Territorio
Inferior del Yukon (Skyriver),
Estados Unidos, **Desarrollo
Rural Integral, 21**

Proyecto Poshak, India,
Nutrición, 69

Radio Docteur, (Médico por
Radio), Haití, **Salud, 101**

Radio Mensaje, Ecuador,
Desarrollo Rural Integral, 23
Radio Santa María, República
Dominicana, **Educación y
Recursos Humanos, 37**

Telemedicina en Alaska, Estados
Unidos, **Salud, 97**

Unidad de Cursos por
Correspondencia, Kenia,
Educación y Recursos Humanos,
45

Zaa Na Uwatunze, Kenia, **Salud, 99**

Nicaragua

Matemáticas por Radio, **Educación
y Recursos Humanos, 35**

Niger

Télé-Niger, **Educación y Recursos
Humanos, 51**

Nigeria

Los Hijos de mi Hermano,
Población, 83

Nutrición

- Campaña de Leche Materna, Trinidad y Tobago, 59
- Campaña de Publicidad sobre Nutrición, Túnez, 71
- Campaña Publicitaria sobre Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, Filipinas, 67
- Medios de Difusión Masivos vs. Programa Directo de Educación, México, 75
- Proyecto de Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, India, 63
- Proyecto Experimental de Nutrición, Brasil, 61
- Proyecto Poshak, India, 69

Oriente Medio

- El Proyecto Modelo de Planificación Familiar en Isfahan, Irán, **Población**, 77
- Proyecto de las Comunidades Rurales de Kavar, Irán, **Salud**, 103

Países

Ver las siguientes referencias:

Afganistán, Alto Volta, Botswana, Brasil, Colombia, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Filipinas, Guatemala, Haití, Honduras, India, Indonesia, Irán, Jamaica, Kenia, Lesotho, México, Nicaragua, Niger, Nigeria, Pakistán, Paraguay, República Dominicana, Senegal, Sri Lanka, Tanzania, Tailandia, Trinidad, Tobago, Túnez

Pakistán

- Proyecto de Desarrollo Rural Integral de Shadab, **Desarrollo Rural Integral**, 27

Paraguay

- Proyecto Radio Primaria Rural, **Educación y Recursos Humanos**, 55

Participación de la Agencia para el Desarrollo Internacional Capacitación de Maestros:

- Programa SITE, India, **Educación y Recursos Humanos**, 39
- Educación Básica Rural, Guatemala, **Agricultura**, 1
- La Televisión Educativa y la Reforma de la Educación, El Salvador, **Educación y Recursos Humanos**, 33
- Matemáticas por Radio, Nicaragua, **Educación y Recursos Humanos**, 35
- Programa de Planificación Familiar--APROFAM, Guatemala, **Población**, 89
- Proyecto de Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, India, **Nutrición**, 63
- Radio Mensaje, Ecuador, **Desarrollo Rural Integral**, 23
- Unidad de Cursos por Correspondencia, Kenia, **Educación y Recursos Humanos**, 45

Película

- Acción Cultural Popular (ACPO), Colombia, **Desarrollo Rural Integral**, 17
- Campaña de Leche Materna, Trinidad y Tobago, **Nutrición**, 59
- El Proyecto Modelo de Planificación Familiar en Isfahan, Irán, **Población**, 77
- Programa de Administración de Tanques de Inmersión para Ganado en Kipsigis, Kenia, **Agricultura**, 11
- Proyecto de Igualdad de Acceso a la Educación para Mujeres y Niñas, Alto Volta, **Desarrollo Rural Integral**, 25
- Programa de Comercialización de Contraceptivos Preethi, Sri Lanka, **Población**, 87
- Proyecto de Nutrición por Medios de Comunicación Masiva, India, **Nutrición**, 63
- Proyecto para el Territorio Inferior del Yukon (Skyriver), Estados Unidos, **Desarrollo Rural Integral**, 21
- Proyecto Poshak, India, **Nutrición**, 69

Radio Educative/Proyecto Piloto
en Medios de Comunicación para
la Educación de Adultos,
Senegal, **Agricultura, 9**

POBLACION

El Proyecto Jamu, Indonesia, 85
El Proyecto Modelo de
Planificación Familiar en
Isfahan, Irán, 77
La Campaña de Planificación
Familiar (Have a Heart) Tengan
Corazón, Jamaica, 79
Los Hijos de mi Hermano, Nigeria,
83
Método de Analogía para la
Planificación Familiar,
Filipinas, 81
Programa de Comercialización de
Contraceptivos Preethi,
Sri Lanka, 87
Programa de Planificación
Familiar--APROFAM, Guatemala,
89

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE TANQUES DE INMERSION PARA GANADO EN KIPSIGIS, 11

Ver las siguientes referencias:
Agricultura, Africa, Audiovisual,
Cassettes, Donantes Internacional,
Financiamiento de Gobierno
Nacional, Impresión, Interpersonal,
Kenia, Película

PROGRAMA DE COMERCIALIZACION DE CONTRACEPTIVOS PREETHI, 87

Ver las siguientes referencias:
Audiovisual, Donantes
Internacional, Impresión,
Interpersonal, Película, Población,
Radiodifusión, Sri Lanka

PROGRAMA DE PLANIFICACION FAMILIAR- APROFAM, 89

Ver las siguientes referencias:
América Latina, Guatemala,
Impresión, Interpersonal,
Participación de la Agencia para el
Desarrollo Internacional,
Población, Radiodifusión,
Teledifusión

PROYECTO DE DESARROLLO RURAL

INTEGRAL DE SHADAB, 27

Ver las siguientes referencias:
Asia, **Desarrollo Rural Integral**,
Financiamiento de Gobierno
Nacional, Impresión, Interpersonal,
Pakistán

PROYECTO DE IGUALDAD DE ACCESO A LA EDUCACION PARA MUJERES Y NIÑAS, 25

Ver las siguientes referencias:
Africa, Alto Volta, Audiovisual,
Desarrollo Rural Integral, Donantes
Internacional, Financiamiento Local
o Auto, Financiamiento de Gobierno
Nacional, Impresión, Interpersonal,
Medios Folklóricos, Mujeres en
Desarrollo, Película, Radiodifusión

PROYECTO DE LAS COMUNIDADES RURALES DE KAVAR, 103

Donantes Internacional, Impresión,
Interpersonal, Irán, Oriente Medio,
Salud

PROYECTO DE NUTRICION POR MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA, 63

Ver las siguientes referencias:
Asia, Audiovisual, Donantes
Internacional, Impresión, India,
Medios Folklóricos, Mujeres en
Desarrollo, **Nutrición**,
Participación de la Agencia para el
Desarrollo Internacional, Película,
Radiodifusión

PROYECTO EXPERIMENTAL DE NUTRICION, 61

Ver las siguientes referencias:
América Latina, Audiovisual,
Brasil, Donantes Internacional,
Interpersonal, Mujeres en
Desarrollo, **Nutrición**

PROYECTO PARA EL TERRITORIO INFERIOR DEL YUKON (SKYRIVER), 21

Ver las siguientes referencias:
Desarrollo Rural Integral, Estados
Unidos, Financiamiento de Gobierno
Nacional, Interpersonal, Mujeres en
Desarrollo, Película, Skyriver

PROYECTO POSHAK, 69

Ver las siguientes referencias:

Asia, Audiovisual, Donantes
Internacional, Financiamiento Local
o Auto, Financiamiento de Gobierno
Nacional, India, Medios
Folklóricos, Mujeres en Desarrollo,
Nutrición, Película

PROYECTO RADIO PRIMARIA RURAL, 55

Ver las siguientes referencias:

América Latina, Donantes
Internacional, **Educación y Recursos
Humanos**, Financiamiento de Gobierno
Nacional, Impresión, Interpersonal,
Paraguay, Radiodifusión

RADIO DOCTEUR, 101

Ver las siguientes referencias:

América Latina, Audiovisual,
Cassettes, Financiamiento Local o
Auto, Financiamiento de Gobierno
Nacional, Haití, Impresión, Mujeres
en Desarrollo, **Salud**, Radiodifusión

Radio de Doble Vía

El Hombre es Salud (Mtu ni Afya),
Tanzanía, **Salud**, 93

Telemedicina en Alaska, Estados
Unidos, **Salud**, 97

Unidad de Cursos por
Correspondencia, Kenia,
Educación y Recursos Humanos,
45

Radiodifusión

Acción Cultural Popular (ACPO),
Colombia, **Desarrollo Rural
Integral**, 17

Acción Cultural Popular
Hondureña, Honduras, **Educación
y Recursos Humanos**, 49

Asistencia a la Radiodifusión
Rural, Afganistán, **Agricultura**,
7

Campaña de Leche Materna,
Trinidad y Tobago, **Nutrición**,
59

Capacitación de Maestros:
Programa SITE, India, **Educación
y Recursos Humanos**, 39

Centro de Enseñanza a Larga
Distancia de Lesotho, Lesotho,
Educación y Recursos Humanos,
41

Educación Básica Rural,

Guatemala, **Agricultura**, 1
Educación Sanitaria mediante
Radionovelas, Sri Lanka, **Salud**,
105

El Proyecto Jamu, Indonesia,
Población, 85

El Proyecto Modelo de
Planificación Familiar en
Isfahan, Irán, **Población**, 77

El Proyecto Piloto de Foros
Agrícolas por Radio, Tailandia,
Agricultura, 3

La Escuela en el Aire, India,
Agricultura, 5

Masagana 99, Filipinas,
Agricultura, 13

Medios de Difusión Masivos vs.
Programa Directo de Educación,
México, **Nutrición**, 75

Movimiento de Educación Básica,
Brasil, **Educación y Recursos
Humanos**, 57

Programa de Comercialización de
Contraceptivos Preethi,
Sri Lanka, **Población**, 87

Proyecto de Igualdad de Acceso a
la Educación para Mujeres y
Niñas, Alto Volta, **Desarrollo
Rural Integral**, 25

Programa de Planificación
Familiar--APROFAM, Guatemala,
Población, 89

Proyecto Radio Primaria Rural,
Paraguay, **Educación y Recursos
Humanos**, 55

Radio Docteur, (Médico por
Radio), Haití, **Salud**, 101

Radio Educative/Proyecto Piloto
en Medios de Comunicación para
la Educación de Adultos,
Senegal, **Agricultura**, 9

Radio Mensaje, Ecuador,
Desarrollo Rural Integral, 23

Radio Santa María, República
Dominicana, **Educación y
Recursos Humanos**, 37

Zaa Na Uwatunze, Kenia, **Salud**, 99

**RADIO EDUCATIVE/PROYECTO PILOTO EN
MEDIOS DE COMUNICACION PARA LA
EDUCACION DE ADULTOS, 9**

Ver las siguientes referencias:

Agricultura, Africa, Donantes
Internacional, Financiamiento de

Gobierno Nacional, Interpersonal,
Película, Radiodifusión, Senegal

RADIO MENSAJE, 23

Ver las siguientes referencias:

América Latina, Cassettes,
Desarrollo Rural Integral, Ecuador,
Interpersonal, Mujeres en
Desarrollo, Participación de la
Agencia para el Desarrollo
Internacional, Radiodifusión

RADIO SANTA MARIA, 37

Ver las siguientes referencias:

América Latina, Educación y
Recursos Humanos, Financiamiento
Local o Auto, Financiamiento de
Gobierno Nacional, Impresión,
Interpersonal, Mujeres en
Desarrollo, Radiodifusión,
República Dominicana

República Dominicana

Radio Santa María, Educación y
Recursos Humanos, 37

SALUD

Educación Sanitaria mediante
Radionovelas, Sri Lanka, 105
El Hombre es Salud (Mtu ni Afya),
Tanzanía, 93
El Proyecto Pila, Guatemala, 95
Proyecto de las Comunidades
Rurales de Kavar, Irán, 103
Radio Docteur, (Médico por
Radio), Haití, 101
Telemedicina en Alaska, Estados
Unidos, 97
Zaa Na Uwatunze, Kenia, 99

Satélite

Capacitación de Maestros:
Programa SITE, India, Educación
y **Recursos Humanos**, 39
Experimento de Televisión
Educativa via Satélite, India,
Desarrollo Rural Integral, 29
Telemedicina en Alaska, Estados
Unidos, Salud, 97

Sector

Ver las siguientes referencias:
Agricultura, Desarrollo Rural
Integral, Educación y Recursos

**Humanos, Nutrición, Población,
Salud**

Senegal

Radio Educative/Proyecto Piloto
en Medios de Comunicación para
la Educación de Adultos,
Senegal, **Agricultura**, 9

Skyriver

Proyecto para el Territorio
Inferior del Yukon, Estados
Unidos, **Desarrollo Rural**
Integral, 21

Sri Lanka

Educación Sanitaria mediante
Radionovelas, **Salud**, 105
Programa de Comercialización de
Contraceptivos Preethi,
Población, 87

Tailandia

El Proyecto Piloto de Foros
Agrícolas por Radio,
Agricultura, 3

Tanzanía

El Hombre es Salud (Mtu ni Afya),
Salud, 93

Teledifusión

Campaña de Leche Materna,
Trinidad y Tobago, **Nutrición**,
59
Capacitación de Maestros:
Programa SITE, India, Educación
y **Recursos Humanos**, 39
Experimento de Televisión
Educativa via Satélite, India,
Desarrollo Rural Integral, 29
La Televisión Educativa y la
Reforma de la Educación,
El Salvador, Educación y
Recursos Humanos, 33
Masagana 99, Filipinas,
Agricultura, 13
Programa de Planificación
Familiar--APROFAM, Guatemala,
Población, 89
Télé-Niger, Niger, Educación y
Recursos Humanos, 51

TELEMEDICINA EN ALASKA, 97

Ver las siguientes referencias:

Alaska, Estados Unidos,
Financiamiento de Gobierno
Nacional, Impresión, Mujeres en
Desarrollo, Radio de Doble Vía
Salud, Satélite

TELE-NIGER, 51

Ver las siguientes referencias:

Africa, Donantes Internacional,
Educación y Recursos Humanos,
Financiamiento de Gobierno
Nacional, Impresión, Interpersonal,
Niger, Teledifusión

Tobago

Campaña de Leche Materna,
Nutrición, 59

Trinidad

Campaña de Leche Materna,
Nutrición, 59

Túnez

Campaña de Publicidad sobre
Nutrición, Nutrición, 71

**UNIDAD DE CURSOS POR
CORRESPONDENCIA, 45**

Ver las siguientes referencias:

Africa, Correspondencia, **Educación
y Recursos Humanos,** Financiamiento
de Gobierno Nacional, Impresión,
Interpersonal, Kenia, Mujeres en
Desarrollo, Participación de la
Agencia para el Desarrollo
Internacional, Radio de Doble Vía

ZAA NA UWATUNZE, 99

Ver las siguientes referencias:

Africa, Donantes Internacional,
Financiamiento de Gobierno
Nacional, Interpersonal, Kenia,
Mujeres en Desarrollo,
Radiodifusión, **Salud**

Profils de Projets

**ETUDES DE L'AGENCE DES ETATS UNIS POUR
LE DEVELOPPEMENT INTERNATIONAL DANS LA
TECHNOLOGIE DE L'EDUCATION ET DANS LES
COMMUNICATIONS POUR LE DEVELOPPEMENT**

**Office of Education
Bureau for Science and Technology
U.S. Agency for International Development
Washington, D.C. 20523 USA
Tel. (703) 235-9063**

ISBN 0-89492-049-9

**Préparé par:
CLEARINGHOUSE ON DEVELOPMENT COMMUNICATION
1414 — 22nd Street, N.W.
Washington, D.C. 20037 USA
(202) 862-1900**

operated by the
ACADEMY FOR EDUCATIONAL DEVELOPMENT
and supported under a contract from the
U.S. Agency for International Development

AVANT-PROPOS

Les PROFILS DE PROJET sont rédigés et publiés par la Clearinghouse on Development Communication. Ces études de cas succinctes font état d'utilisations valables des communications dans divers domaines—agriculture, développement intégré, éducation et ressources humaines, nutrition, population, et santé.

En vue de faciliter la comparaison entre les différentes approches, tous les PROFILS adoptent le même format. Afin de garantir l'actualité et la précision des renseignements, nous avons envoyé des avant-projets de PROFILS au personnel des divers projets, puis inclus leurs suggestions et les explications qu'ils nous ont communiquées. Enfin, nous avons fourni des références aux documents pour que les personnes intéressées par le sujet puissent approfondir leur lecture en se procurant directement les exemplaires cités dans la section "Contacts". En fait, la Clearinghouse s'efforce, en publiant cette section, de mettre en relation directe les personnes participant à la planification des projets.

A l'intention du lecteur, nous avons préparé un répertoire détaillé des PROFILS DE PROJET. Cet index se trouve à la fin du présent volume. Les PROFILS DE PROJET sont classés par centre d'intérêt, utilisation des médias, zone géographique, etc. On peut également se procurer des PROFILS en anglais, arabe et espagnol. Nous serions heureux de recevoir vos commentaires sur l'utilité de ces PROFILS et de l'information fournie sur les projets de communication, lesquels sont susceptibles d'être mentionnés dans des publications ultérieures de la Clearinghouse.

February, 1982

TABLE DES MATIERES



AGRICULTURE

Education de base dans les villages (Guatemala)	1
Ecole-sur-les-ondes (Inde)	3
Projet pilote utilisant les radio-clubs dans le cadre de l'exploitation agricole (Thaïlande)	5
Projet pilote d'enseignement par la radio des medias de communication pour l'éducation des adultes (Sénégal)	7
Aide à la radiodiffusion en milieu rural (Afghanistan)	9
Programme de gestion de balnéation du bétail à Kipsigis (Kenya)	11
Masagana 99 (Philippines)	13



DEVELOPPEMENT INTEGRE

L'action culturelle populaire (ACPO) (Colombie)	17
Laedza Batanani (Botswana)	19
Projet du Yukon inférieur (Skyriver) (Etats-Unis)	21
Radio-messages (Equateur)	23
Projet pour l'égalité d'accès des femmes et des jeunes filles à l'éducation (Haute-Volta)	25
Projet de développement rural intégré de Shadab (Pakistan)	27
Expérience d'enseignement télévisé par satellite (SITE) (Inde)	29



EDUCATION ET RESSOURCES HUMAINES

Radio-Mathématiques (Nicaragua)	33
La télévision éducative et la réforme de l'enseignement (El Salvador)	35
Radio Santa Maria (République Dominicaine)	37
Unité de cours par correspondance (Kenya)	39
Formation d'enseignants par satellite (SITE) (Inde)	43
Centre d'instruction à distance du Lesotho (Lesotho)	45
Télé-Niger (Niger)	49
Action culturelle populaire du Honduras (Honduras)	53
Projet d'enseignement radiophonique en milieu rural (Paraguay)	55
Movimento de Educação de Base (MEB) (Brésil)	57



NUTRITION

Projet d'expérimentation en nutrition (Brésil)	59
Campagne pour l'allaitement naturel (Trinidad et Tobago)	61
Projet de communication de masse sur la nutrition (Inde)	63
Campagne publicitaire des medias de masse sur la nutrition (Philippines)	65
Projet Poshak (Inde)	67
Campagne de Publicité sur la nutrition (Tunisie)	69
Programme des medias de masse ou programme d'éducation directe (Mexique)	73



POPULATION

Campagne de planning familial sur le thème "Ayez bon coeur" (Jamaïque)	75
Démonstration de planning familial à Ispahan (Iran)	77
Approche comparative entre des principes d'agriculture et le planning familial (Philippines) ..	79
Les enfants de mon frère (Nigeria)	81
Le projet <i>Jamu</i> (Indonésie)	83
Programme de commercialisation de <i>Preethi</i> (Sri Lanka)	85
Programme APROFAM de planning familial (Guatémala)	87



SANTÉ

L'homme est la santé (<i>Mtu Ni Afya</i>) (Tanzanie)	91
Le projet Pila (Guatémala)	93
Télémédecine en Alaska (Etats-Unis)	95
Zaa Na Uwatunze (Kenya)	97
Radio Docteur (Haïti)	99
Le projet de village de Kavar (Iran)	101
Radio-Drames sur l'éducation sanitaire (Sri Lanka)	105

EDUCATION DE BASE DANS LES VILLAGES

Guatemala



AUDIENCE-CIBLE:	Les fermiers indiens et ladinos au Guatemala.
OBJECTIF:	Modifier les pratiques agricoles et accroître la production par l'utilisation efficace des méthodes de communication.
MEDIAS:	Communications interpersonnelles, Radio-Club, matériels graphiques.
BAILLEURS PROMOTEURS:	Le Bureau pour l'Amérique Latine de l'Agence des Etats-Unis pour le Développement International et les Ministères de l'Education et de l'Agriculture du Guatemala.
DUREE:	Lancé en 1973; en cours.
CONTACTS:	Prof. Mario R. Dardon, Project Director, Programa de Educación, 2a. Avenida 8-53, Zona 1, Guatemala City, Guatemala; Dr. Howard Lusk, Chief of Education, Science and Technology, Latin America Bureau, U.S. AID, Rm 2245, New State, Washington, D.C. 20523, USA.

DESCRIPTION:

Le Projet d'Education de Base dans les villages est une entreprise de cinq ans qui a pour but d'utiliser des moyens de communication pour familiariser les fermiers du Guatemala avec les pratiques modernes de l'agriculture. Son but secondaire est d'accroître l'efficacité des encadreurs de façon à ce qu'ils puissent aider à résoudre les problèmes agricoles et régionaux. Le plan de tester la rentabilité de divers "dosages" de moyens de communication fut conçu par "l'Academy for Educational Development" sous contrat de l'Agence des Etats-Unis pour le Développement International (dont la contribution au projet finira par être de l'ordre de 1.650.000 dollars (soit 8.250.000 francs) à la fin du projet. Le plan primitif prévoyait d'abord trois puis quatre types de moyens de communication différents représentant des niveaux de contact accrus avec les familles rurales "dans deux milieux très différents de par leur géographie et leur culture."

En 1973, le projet fut mis en oeuvre chez les Ladinos parlant l'espagnol (Metis) dans la région du sud-est du Guatemala. Environ 18 mois plus tard, l'entreprise fut élargie de façon à englober les régions montagneuses de l'ouest pour atteindre le segment indien de la population parlant Quiché. Un étude faite par le personnel du projet en 1974 démontra que le taux d'analphabètes atteignait 64 pour cent dans la vallée Yupiltepeque du sud-est du Guatemala et 66 pour cent dans les

communautés rurales près de Momostenango dans les régions montagneuses.

La radio fut choisie comme moyen principal pour faire connaître les nouvelles techniques agricoles et pour changer les attitudes. Deux stations de radio transmettent huit heures par jour, de cinq à neuf heures et de seize à vingt heures, du lundi au samedi. Pour attirer et conserver un nombre important d'auditeurs, le personnel du projet chargé des programmes introduit dans à peu près 80 pour cent du temps imparti, de la musique, des émissions de variété et d'autres programmes sans rapport avec l'agriculture. Les heures qui restent sont consacrées à des discussions sur l'agriculture. Le programme agricole principal inclut un "Journal Agricole" de 30 minutes, des feuillets radiophoniques, une période de questions et réponses avec un agronome et de 30 à 40 annonces ayant trait à l'agriculture.

Le premier des quatre moyens de communication différents consiste en des messages transmis seulement par la radio. Le second ajoute le "moniteur" de village — sélectionné et entraîné sur place pendant environ un mois — qui se rend chaque semaine à quatre ou cinq villages d'environ 200 familles et qui organise des radio-clubs en fin d'après-midi au cours desquels on écoute les messages enregistrés sur magnétophone. Le moniteur utilise des feuillets volants et des affiches pour stimuler

les discussions, il distribue des feuillets à emporter chez soi et fait parfois des démonstrations d'agriculture. Une troisième approche fournit l'assistance technique d'agronomes, qui s'occupent chacun d'environ 600 familles. L'agronome délégué du projet travaille avec les moniteurs dans les villages, fait des démonstrations, aide à identifier les problèmes locaux concernant certaines récoltes et donne des conseils aux fermiers. Il supervise et encadre aussi les moniteurs et joue un rôle important dans la transmission des réactions des villageois. La quatrième approche, ajoutée en 1975, emploie des moniteurs seuls, dans les régions inaccessibles aux programmes radiophoniques.

RESULTATS:

Contrairement à ce qu'on attendait et probablement à cause du fait que les programmes avaient été élaborés en fonction des besoins locaux, la radio seule semble avoir eu le plus grand effet sur le comportement des fermiers. Ce système particulier créa, selon certains, un ensemble élargi de communications entre les personnes plutôt que le résultat plus traditionnel et impersonnel des émissions. Aussi, moniteurs et agronomes semblent avoir renforcé l'efficacité des émissions radiophoniques.

Les radio-clubs attirèrent les fermiers déjà disposés à adopter des pratiques agricoles plus modernes. Mais certains fermiers qui n'y vinrent pas changèrent aussi leurs méthodes agricoles. Un changement essentiel fut la sélection d'une semence de maïs plus saine et l'utilisation d'engrais pendant la floraison et les semailles. L'utilisation d'insecticides augmenta aussi chez beaucoup de fermiers locaux de façon moins évidente.

A NOTER:

- En 1976, l'effet du manque de pluie sur les récoltes fut accru par une sécheresse pendant la période critique de juillet à septembre.
- Le projet fut interrompu par le tremblement de terre de février 1976. Pendant un mois, les ressources du projet furent utilisées presque exclusivement pour des activités de secours.
- L'introduction de la sériographie en 1976 produisit des graphiques de meilleure qualité, éliminant l'ennuyeuse méthode de copie à la main et donna aux artistes plus de temps pour intégrer les concepts reçus par les réponses aux nouveaux matériels illustrés.

REFERENCES:

- "The Basic Village Education Project: Third Interim Report, Field Operations," June 1975-1976. Academy for Educational Development, Washington, D.C., 1976.
- "The Basic Village Education Project: Third Interim Report, Evaluation Component, University of Florida, July 1976," Academy for Educational Development, Washington, D.C., 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Juin 1977

ECOLE-SUR-LES-ONDES

Inde

AUDIENGE-CIBLE:	Fermiers indiens.
OBJECTIF:	La transmission systématique de connaissances en agronomie aux fermiers auditeurs par l'intermédiaire de la radio-diffusion.
MEDIAS:	Radio plus correspondance.
BAILLEURS PROMOTEURS:	All India Radio.
DUREE:	Projet mis en route en août 1975; en cours actuellement.
CONTACTS:	Dr. Pradip K. Dey (Directeur de Projet), Farm Radio Officer, All India Radio, Calcutta, India.

DESCRIPTION

En 1975 All India Radio a conçu une stratégie pour s'occuper du problème complexe de la transmission rapide d'informations agricoles par des systèmes adaptés à la population agricole rurale du Bengale de l'ouest. La station de radio choisit comme auditeurs des fermiers lettrés et leur transmit une série d'émissions d'information sur l'agronomie, le principe étant que si des connaissances agronomiques étaient données de façon systématique à ces fermiers, ils pourraient devenir des "fermiers-liaison" et enseigner les nouvelles méthodes d'agriculture aux villageois incapables de comprendre, ou n'ayant pas accès aux informations traitant de l'agriculture moderne.

L'Ecole-sur-les-Ondes pour les fermiers transmet six cours entre la fin de l'année 1975 et le début de l'année 1976. Chaque cours comprenait cinq leçons d'une demi-heure. Le programme fut établi avec l'aide du Département Agricole du gouvernement du Bengale de l'ouest qui sélectionna aussi les enseignants pour les émissions.

Les instructeurs préparèrent les leçons et les lirent à la radio chaque dimanche entre 19 heures et 19 heures 30. La lecture était lente afin que les fermiers puissent prendre des notes. Les points importants et les chiffres furent répétés plusieurs fois au cours de la transmission. A la fin de chaque émission, des questions étaient posées. Avant que les auditeurs n'envoient leurs réponses à la station, on répondit à leurs demandes de clarification sur certains points des émissions. Chaque devoir était noté, et à la fin de l'année, chaque auditeur reçut un certificat avec ses notes.

RESULTATS:

Bien que All India Radio pense qu'un nombre important de fermiers ait bénéficié des transmissions radiophoniques, seules 114 personnes participèrent de façon active au cours par correspondance de la "lère année scolaire." Celles-ci furent interrogées à la fin de chaque séance d'entraînement de façon à découvrir leurs intérêts et buts, et leur potentiel pour devenir des fermiers-liaison. La plupart des participants avaient entre 20 et 29 ans, avaient reçu une éducation secondaire et jouissaient d'un status social moyen. A peu près 53 pour cent étaient cultivateurs tandis que 35 pour cent étaient étudiants ou enseignants. La plupart déclarèrent qu'ils écoutaient les leçons sur leurs propres postes de radio et ils montrèrent une participation sociale accrue après avoir écouté les émissions.

Les participants suivirent une moyenne de trois cours sur les six offerts pendant la période d'apprentissage. La majorité des auditeurs s'intéressa plus particulièrement aux cours sur la culture du blé et du riz, les deux récoltes d'hiver les plus répandues et les plus rémunératrices du Bengale de l'ouest. Ils déclarèrent que leur motivation première pour participer au cours avait été d'améliorer leurs connaissances en agronomie mais que le désir de réaliser des bénéfices venait en second.

Après le dépouillement des résultats de la lère année par les membres du Département de l'Agriculture du Bengale de l'ouest, le programme de l'Ecole-sur-les-Ondes 1976-77 fut modifié de façon à renforcer les thèmes les plus populaires et l'horaire des transmissions fut changé. En conséquence, les programmes 1976-77 attirèrent un plus grand nombre de participants actifs

(155 à 180, selon le cours). Selon le directeur du projet, l'évaluation montra que les meilleurs participants pour les Cours sur les Ondes à l'avenir seraient les encadreurs agricoles — les fermiers de liaison potentiels.

A NOTER:

- Pour évaluer le potentiel des auditeurs à devenir des fermiers de liaison, les enquêteurs comparèrent les caractéristiques socio-personnelles des participants avec celles reconnues chez les fermiers plus avancés.
- Les études ne démontrent pas qu'une réponse des auditeurs ait changé les émissions suivantes ni que les encadreurs des émissions aient demandé directement aux auditeurs de mettre les nouvelles informations radiodiffusées à la disposition des fermiers désavantagés.
- Alors qu'au début les fermiers signalaient le gain

monétaire comme la seconde raison de l'écoute des émissions, une enquête subséquente montra que cette espérance de profits disparaissait pendant ou après le cours.

REFERENCES:

"Agricultural Broadcasting: A Novel Approach in Calcutta." Pradip K. Dey, *Combroad*, No. 34, Janvier-Mars 1977.

"Identification of Participants of the School-on-the-Air for Farmers," *Indian Agriculture*, Vol. 20, No. 2, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Juin 1977

PROJET PILOTE UTILISANT LES RADIO-CLUBS DANS LE CADRE DE L'EXPLOITATION AGRICOLE

Thaïlande

AUDIENCÉ-CIBLE:	Les fermiers de Thaïlande et les services de vulgarisation agricole.
OBJECTIF:	Tester l'efficacité du concept de radio-club en vue d'accroître le dialogue entre les fermiers et les représentants du programme de vulgarisation agricole thaïlandais.
MÉDIAS:	Radio et publications, renforcées par les communications interpersonnelles.
BAILLEURS PROMOTEURS:	Le Département du développement agricole (DOAE) du Ministère de l'Agriculture, les Coopératives du Gouvernement Royal Thaïlandais et le Service de Développement des systèmes de communication PNUD.
DURÉE:	Conçu en 1968; lère réalisation en 1975; en voie d'expansion, il couvrira cinq provinces en 1977 et quinze provinces en 1978.
CONTACTS:	Monsieur Pote Chumsri, Département du Développement Agricole, Ministère de l'Agriculture et des Coopératives, Rajadamnern Avenue, Bangkok, Thaïlande.

DESCRIPTION:

Bien que le Projet Radio-Club Agricole ait été conçu en 1968, son application fut retardée plusieurs années à cause de la réorganisation du DOAE. En 1975, un projet pilote avait déjà été établi en vue de tester l'application de ce concept dans les régions à étudier. Des groupes d'audition furent formés avec la coopération du chef de chaque village. Il y eut ensuite une sélection de quatre dirigeants dans et par chacun des huit groupes de villages du projet. Finalement, des programmes de formation pour les dirigeants furent mis en oeuvre.

Quand tout fut en place, des programmes hebdomadaires de radio furent transmis. Après chaque émission d'une demi-heure, les groupes d'écoute de chaque village discutèrent le contenu du programme et les brochures de renseignements supplémentaires préparées par le DOAE. Leurs commentaires sur les programmes et les brochures menèrent à des applications pratiques locales des idées et techniques exposées. Les problèmes qui ne pouvaient pas être résolus par les groupes d'auditeurs furent mentionnés dans les rapports hebdomadaires préparés par les dirigeants du projet pilote et rapportés à l'agent de la DOAE et autres personnes pouvant être utiles.

La réponse aux groupes d'écoute radiophonique prit trois formes principales. Les transmissions radiophoni-

ques et les brochures furent utilisées pour répondre à certaines questions. Le personnel de la DOAE et les spécialistes concernés visitèrent les villages en vue de résoudre d'autres problèmes. Enfin des groupes entiers allèrent visiter des magasins de grains, et des centres de recherche universitaire ou des terrains de démonstrations, et participèrent à de courts séminaires illustrés par des séances de projection.

RESULTATS:

Le Projet Radio-Club Agricole permit d'augmenter les communications entre les fermiers et les encadreurs agricoles. Ceux-ci comprirent l'importance d'un contact fréquent et régulier avec les fermiers et apprécèrent le sens de continuité apporté par le programme. De leur côté, les fermiers se rendirent compte que les encadreurs s'occupaient de leurs problèmes et besoins de façon régulière. Ils en vinrent à compter plus régulièrement sur les agents agricoles. De plus, parce que les messages se rapportaient à des problèmes précis, les fermiers s'en souvenaient. De cette façon, les agents agricoles trouvèrent leur travail de plus en plus satisfaisant. En bref, un système dynamique de renforcement s'établit.

Conclusion: Le projet permit d'organiser des groupes d'intérêt en vue de résoudre des problèmes communs et de démontrer l'efficacité du renforcement des messages continus par divers moyens de communication. Il démontra aux agents agricoles que le projet était réalisable et aux fermiers qu'il était bénéfique. Les fermiers des régions voisines s'informèrent et demandèrent des programmes similaires.

A NOTER:

- Le projet Radio-Club Agricole s'intégra de manière satisfaisante à un projet de la FAO pour l'amélioration de l'irrigation dans la région nord-est de la Thaïlande. En recherchant la coopération de plusieurs départements du gouvernement (Ministère du Commerce, Bureau des Projets de Culture du Riz, etc.) et de plusieurs agences internationales, ce projet a pu aussi ouvrir ou raffermir les lignes de communication intra — ou inter gouvernementales.
- Les Clubs de discussion sur l'agriculture se diversifièrent lorsque d'autres problèmes locaux furent mis à l'ordre du jour.

- Les chefs de village furent recrutés afin de cautionner le projet et les étudiants de l'université locale et du Collège Agricole furent recrutés pour les enquêtes sur le terrain.
- Le succès du projet Radio-Club Agricole mena le gouvernement de Thaïlande à considérer l'intégration de ce programme à d'autres activités. Ce projet mena aussi à une évaluation par le gouvernement de sa propre capacité de juger des projets semblables.

REFERENCES:

"Summary Report on the Radio Farm Forum Pilot Project." (RB No. 336). Supalak Purnasiri et Robert S. Griffin. UNDP DSCS, Bangkok, Thaïlande, Novembre 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Juin 1977

PROJET PILOTE D'ENSEIGNEMENT PAR LA RADIO DES MEDIAS DE COMMUNICATION POUR L'EDUCATION DES ADULTES

Sénégal

AUDIENGE-CIBLE:	Exploitants, producteurs de bétail, pêcheurs et autres Sénégalais (environ deux millions de personnes).
OBJECTIF:	Donner aux producteurs du secteur alimentaire des informations pratiques et l'occasion d'exprimer leur opinion d'une manière systématique et efficace; dispenser une formation technique.
MEDIAS:	Radio, correspondance, des films et communications interpersonnelles.
BAILLEURS PROMOTEURS:	Les autorités sénégalaises (parrain unique depuis 1973) et l'UNESCO (jusqu'en 1973); les autorités canadiennes préliminaires.
DUREE:	Commencé en 1968; activités en cours.
CONTACTS:	Boubacar Sock, EARO UNICEF, P.O. Box 44, 114 Nairobi, Kenya; Henry R. Cassirer, Les Moulins, 74290 Menthon St. Bernard, France; et Radio éducative, Office de Radio/Télévision du Sénégal (ORTS), B.P. 1765, Dakar, Sénégal.

DESCRIPTION:

Le Sénégal a été le seul pays africain à accepter, au début des années soixante, l'offre de l'UNESCO destinée à créer un "centre pilote pour la production et l'essai des documents et de l'équipement audio-visuels utilisés pour l'éducation des adultes" en Afrique. Le projet qui en a résulté avait deux dimensions: la radio éducative villageoise (tout simplement appelée désormais Radio éducative), et une composante télévision d'une durée de cinq ans (qui a pris fin en 1968). Les émissions de télévision qui comptent 212 programmes, s'adressaient à 250 femmes de Dakar, et sont restées rigoureusement au niveau expérimental. En revanche, les émissions radio-phoniques étaient, à l'origine, destinées à un auditoire éventuel de 800.000 personnes (la population des exploitations des trois régions de langue wolof, touchées par les émissions-pilotes), et ont été par la suite diffusées dans tout le pays. Les buts essentiels du projet consistaient à: tester l'utilisation de moyens modernes de communications dans le contexte de l'éducation des adultes en Afrique, créer un centre de démonstration susceptible d'être utilisé par les autres pays en développement, donner aux autochtones une formation de technicien et de producteur, ainsi qu' aider l'Africain moyen à retrouver un sentiment de capacité personnelle, miné par des décennies de colonialisme.

La complexité de son mandat et les nombreux goulets d'étranglement administratifs imputables à la bureaucratie sénégalaise, ont empêché la composante radio de fonctionner à temps complet, avant 1968, lorsque le Président Senghor en personne est intervenu. Senghor a fait appel à la réorganisation et à la coopération des pouvoirs publics, et a fourni l'élément qui manquait: une autorité engagée. Grâce à ses conseils, Radio éducative est devenue un canal d'informations, un agent de changement et un chien de garde de l'administration.

Dans le cadre de la conception du projet finalement mis en oeuvre, on a organisé 57 groupes d'auditeurs des programmes dans les provinces-pilotes de Thies et de Diourbel, dans le Sine Saloum. La programmation devait se concentrer sur des sujets urgents et d'intérêt local — à savoir la production et la commercialisation de l'arachide; la réponse des organismes publics aux besoins des paysans exploitants; les procédures au titre desquelles les dettes sont contractées et honorées dans les villages; et autres problèmes critiques, sociaux et sanitaires. Des membres du personnel régional dirigeaient les groupes du département "d'Animation rurale" (qui a depuis fusionné avec d'autres départements de l'administration) ou par des animateurs

recrutés, à titre de volontaires, dans le village, chacun d'entre eux ayant suivi un cours de trois jours portant sur la dynamique de groupe.

Le troisième élément du système de communication, la rétroaction des exploitants, s'est concrétisé sous la forme d'enregistrements sur place et de lettres. Les membres des groupes d'auditeurs de la radio dictaient des lettres à une poignée de membres sachant lire qui s'acquittaient de la double fonction en tant que scribes, d'une part, envers les hauts fonctionnaires des pouvoirs publics et, d'autre part, envers le Président, lui-même. Dans les lettres en question, les villageois formulaient leurs doléances, faisaient état de ce qui, à leur avis, était imputable à l'inaptitude des pouvoirs publics qui soulevaient une politique injuste ou peu perspicace. Les villageois ont agi sans crainte de la censure et avec l'intention de se faire entendre.

RESULTATS:

La preuve la plus significative de la première incidence de Radio éducative est probablement son effet sur la politique nationale. Conséquence directe du "dialogue radio": une avalanche de lettres, adressées aux bureaux de l'administration a incité en définitive le Président Senghor à normaliser le prix donné aux producteurs d'arachide (au grand avantage des producteurs situés dans les zones éloignées et qui avaient été évincés du marché) et à annuler en 1970 les dettes contractées par les paysans pour leurs achats de graines, d'équipement agricole et de fournitures.

L'expansion et la poursuite de l'émission Radio éducative est une seconde preuve de sa valeur. Depuis 1973, Radio éducative fonctionne sans aide étrangère. Bien que certains observateurs pensent que la multiplication des personnes qui participent aux groupes d'auditeurs n'a pas suivi l'accroissement du nombre d'auditeurs individuels, et que le potentiel des émissions destinées à promouvoir la participation de la collectivité n'a donc pas été atteint, la réaction d'ensemble selon toutes les estimations est restée excellente. Plus de 500 villages ont envoyé des milliers de lettres et le "malaise paysan" donne des signes de régression devant les incitations à l'action et à la participation.

Avec le temps, les auditeurs se sont éparpillés, et les groupes d'auditeurs ont été remplacés par l'écoute individuelle. Cependant, cette évolution s'explique par la cessation d'activité de l'Animation rurale, l'absence de personnel à Radio éducative, le manque de transport et l'avènement des transistors bon marché. Toutefois, l'orientation présente n'a ni restreint l'impact du projet, ni réduit la rétroaction.

A NOTER:

- Puisque toute personne qui comprend le wolof puisse écouter avec profit les émissions de Radio éducative, le nombre réel des auditeurs a toujours été supérieur à celui des bénéficiaires. De surcroît, des programmes en langue peul, malinke et autres sont en préparation.
- On enregistre en dehors du studio près de 70 pour cent des programmes de Radio éducative.
- La diffusion en wolof, que parlent maints villageois sénégalais, a représenté des problèmes particuliers au modérateur manquant d'expérience assigné à un groupe d'auditeurs, car le wolof a une caractéristique spéciale: un code de transmission de messages uniquement destiné aux oreilles des initiés.
- Trois concepts wolof utilisés afin d'interpréter les déclarations des villageois sont "TAWAT" (réclamation), "DIGUAT" (discussion) et "THIOW" (créer des histoires autour d'un problème).
- Certains fonctionnaires se sont plaints de Radio éducative, en prétendant soit que les villageois n'ont pas besoin d'écrire aux pouvoirs publics quand leurs représentants sont là pour les écouter, ou que c'est un manque de respect et qu'il est inproductif de contester la hiérarchie administrative en place.
- En 1977 à Dakar, lors d'une conférence pan-Africaine sur les communications, le Président Senghor du Sénégal a déclaré que "la Radio éducative doit avant tout aider les villageois à cultiver les valeurs africaines les plus authentiques: courtoisie, goût du travail et sens de la solidarité - dans le même temps qu'elle leur inspire le sens de l'économie, de l'organisation et de la méthode, qualités qui sont plus particulièrement européennes."
- Au cours des premières années de mise en oeuvre du projet, certains Sénégalais le considéraient comme un laboratoire de l'UNESCO pour les moyens de communications, tandis que les employés de l'UNESCO avaient tendance à le considérer comme une entreprise en participation susceptible de bénéficier mutuellement aux chercheurs de l'UNESCO et aux Sénégalais.

REFERENCES:

- "Radio in an African Country: a Description of Senegal's Pilot Project," Henry R. Cassirer, dans *La radio pour l'éducation et le développement: études de cas*, Volume II, document de travail N° 266 des services de la Banque Mondiale, mai 1977.
- "Communication and Rural Development," Juan E. Diaz Bordenave, UNESCO, Paris, 1977.
- "Senegalese Experience in Using Radio Broadcasting for Animating and Educating Basic Communities with a View to Development," Boubacar Sock, une présentation à la conférence de l'IEC sur l'instruction à distance, Dartington, Angleterre, septembre 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Avril 1978

AIDE A LA RADIODIFFUSION EN MILIEU RURAL

Afghanistan

AUDIENCE-CIBLE:	Exploitants des provinces afghanes de Wardek, Logar, Kunduz et Herat (près de 17.500 personnes).
OBJECTIF:	Améliorer la radiodiffusion rurale comme moyen de soutien des activités de développement rural et de test des possibilités de création en Afghanistan d'un système de communication comprenant la radio, les cassettes et le recyclage des exploitants.
MEDIAS:	Radio, magnétophone à bande et à cassette, et communication interpersonnelle.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture; Ministères afghans de l'agriculture et de l'éducation; FFH/AD d'Australie et Radio Afghanistan.
DUREE:	A débuté en 1973; mis en oeuvre en 1976; Phase I achevée en 1977; Phase II en cours.
CONTACTS:	Trevor L. Stockley, spécialiste de la radiodiffusion rurale, Ministère de l'agriculture, Kaboul, Afghanistan; Abdullah Naik, président général du Département de vulgarisation, Ministère de l'agriculture, Kaboul, Afghanistan; S.Y. Wasiq, Directeur, Radio Afghanistan, Kaboul, Afghanistan; et Fazel Rahim, vice-ministre pour l'agriculture, Kaboul, Afghanistan.

DESCRIPTION:

L'aide au projet de radiodiffusion rurale a pris forme en 1973 à la suite de rencontres en Afghanistan entre les pouvoirs publics et le chef de la Branche des communications pour le soutien au développement de la FAO. Le projet avait pour but de traduire le désir des autorités afghanes de continuer à tenir les exploitants au courant des améliorations en techniques de production agricole et animale et de leur faire prendre conscience de l'existence et de la disponibilité du crédit, de moyens équitables de répartir les eaux d'irrigation et de la possibilité de former des coopératives d'exploitants. Au moment où les obstacles politiques et logistiques à la mise en oeuvre se sont dissipés, soit en 1976, le projet avait acquis une seconde dimension, celle d'un système de soutien des communications pour la réforme agraire nationale alors en progrès.

Les directeurs du projet ont abandonné les premiers plans visant à créer, puis en tester la factibilité, une tribune radiophonique rurale en Afghanistan et ont décidé qu'un système de communication fondé sur la radio, les cassettes et la rétroaction des exploitants satisferait mieux les besoins locaux que ne pourrait le faire une tribune radiophonique conventionnelle. Aussi

a-t-on acheté des magnétophones et une centaine de bandes afin de mener une enquête destinée à déterminer les genres d'information désirés et utiles aux exploitants. En décembre 1976, on a fait circuler dans deux provinces les bandes enregistrées produites en tenant compte des résultats de l'enquête.

La composante radio du système de communication était déjà bien établie dans la zone du projet quand celui-ci a été lancé. Maints afghans possèdent un poste de radio, et le département de vulgarisation et de développement du Ministère de l'agriculture a parrainé une diffusion de 20 minutes qui s'insère dans l'émission nocturne intitulée "Village, foyer et agriculture." Cependant, les membres du corps de production, tout comme les auditeurs, étaient loin d'être satisfaits de la qualité et de la teneur des émissions. Afin de rehausser l'efficacité des programmes, on a fait venir un consultant étranger auprès de l'unité radio du Directeurat général de l'information et de la publication du Département de vulgarisation et de développement, afin d'instruire sur place, pendant un an, les sept membres constituant le personnel à temps complet de l'unité. Dans le même temps, on achetait un équipement

d'enregistrement et l'on se procurait un véhicule destiné au personnel pour accomplir des voyages d'observation et recueillir les impressions des exploitants.

On a sélectionné 56 agents de vulgarisation issus de 8 unités de vulgarisation pour participer au projet. Après avoir été brièvement formés et avoir reçus des radios, ces agents ont, d'une part organisé les 16 réunions qui ont servi d'enquête préliminaire au projet, et d'autre part visité les villages le mercredi (quand "Village, foyer et agriculture" était diffusé) afin de susciter de l'intérêt pour les émissions radiophoniques, de distribuer des cassettes (à Wardak et à Logar seulement), et de solliciter les demandes, critiques, questions et commentaires des exploitants.

Traduisant à la fois les efforts et les difficultés qu'ont affrontés les membres du personnel dans le Projet en question, les plans incertains de prolongation du projet au-delà de la phase pilote précisent que la poursuite de l'association radio, magnétophone à cassette et agent de vulgarisation soit maintenue; que l'on engage un technicien également chargé de l'entretien, que le personnel de l'unité radio soit expérimenté soit en agriculture soit en vulgarisation, que l'on ajoute une composante film à l'assortiment de médias, et, qu'à l'avenir l'on consacre plus de temps à mesurer le rythme auquel les exploitants adoptent les pratiques améliorées.

RESULTATS:

Les comptes rendus conservés par les agents de vulgarisation indiquent que 3.883 sur les quelque 17.500 exploitants de la zone-cible avaient écouté au moins une bande: constatation confirmée par une extrapolation du chiffre (22,5 pour cent) atteint lors de l'enquête d'évaluation. En revanche, dans la région, deux exploitants sur trois avaient entendu les programmes sur la réforme agraire nationale et 80 pour cent qui avaient entendu le message pensaient que toutes leurs questions avaient reçu une réponse satisfaisante.

Outre la confrontation au média et au message, on a étudié l'accroissement des connaissances, la corrélation des contacts (avec des bandes et des agents de vulgarisation) avec les habitudes d'écoute radiophonique, le rapport entre la spécification du message et la vraisemblance de sa mise à exécution par les auditeurs, le rapport entre les tendances à fournir une rétroaction et à agir en fonction de données récemment acquises, enfin, l'analogie entre l'opportunité du message et l'adoption des conseils donnés.

Il n'est pas surprenant que la croissance des idées se soit révélée plus facile à contrôler que la diffusion des pratiques agricoles améliorées. De surcroît on a fait peu d'effort pour mesurer l'évolution des techniques culturelles puisque les ressources du projet étaient limitées. Toutefois, les recherches ont démontré que les exploitants participant à l'expérience ont acquis des informations qu'ils considéraient utiles, qu'ils avaient tendance à attacher plus de valeur aux informations transmises par les cassettes (par opposition aux informations transmises verbalement par les exploitants) à mesure qu'ils s'habituèrent au média, et ont soutenu d'une

manière plus ou moins unanime que "Village, foyer et agriculture" s'était amélioré d'une façon très sensible durant l'année de l'essai. L'enquête d'évaluation a également souligné que la moitié des exploitants, qui avaient entendu les bandes, écoutait régulièrement l'émission radiophonique, contre 30 pour cent parmi ceux qui n'avaient pas entendu les bandes. L'hypothèse voulant que plus une technique spécifique recommandée est adaptée aux besoins locaux, plus elle est susceptible d'être mise à l'essai, n'a été vérifiée que pour trois sur cinq des variables mises à l'épreuve.

A NOTER:

- L'enquête qui a précédé l'émission a révélé que les exploitants avaient tendance à s'intéresser à des sujets saisonniers, locaux et se rapportant aux décisions qu'ils ont à prendre. En termes précis, les cassettes transmettaient des informations sur la lutte contre l'ivraie, la rouille et la nielle qui affectent le blé, sur l'élagage des arbres fruitiers et sur la lutte contre les mulots.
- Les missions d'étude réalisées au titre du projet étaient loin d'être des périples-eclairs. Certaines ont duré jusqu'à 25 jours.
- Les recherches postérieures au projet ont indiqué que la réceptivité à l'émission et aux messages enregistrés n'avait rien à voir avec l'âge de l'exploitant, et que le niveau d'éducation correspondait à l'empressement apporté à l'essai d'une nouvelle méthode dans seulement l'une des cinq variables mesurées.
- Les consultants engagés par la FAO, qui ont réalisé l'apprentissage sur place pour les membres de l'unité radio, ont élaboré un manuel de formation, "Notes sur la communication par le biais de la radio," et un glossaire de termes techniques.
- Les provinces de Wardak et de Logar ont été choisies comme lieux d'essai des cassettes parce que des programmes de vulgarisation agricole y fonctionnaient déjà, les exploitants et les responsables des villages étaient prêts à participer au projet, les autorités locales avaient promis de coopérer, d'autres projets de développement étaient inaugurés, on pouvait identifier des groupes de contrôle à des fins expérimentales et l'état des routes permettaient de laisser passer toute l'année un véhicule à quatre roues motrices.

REFERENCES:

"Assistance to Rural Broadcasting-Afghanistan, Terminal Report," T.F. AF6.10(FH), Trevor L. Stockley, Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, Rome, juillet 1977.

"Development Communication in the Province of Wardak, Logar, Kunduz and Herat," projet FAO, Rome, octobre 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Avril 1978

PROGRAMME DE GESTION DE BALNEATION DU BETAIL A KIPSIGIS

Kenya

AUDIENCE-CIBLE:	Les exploitants laitiers de Maneret près de Sotick et de Kipsigis (total d'environ 200 personnes).
OBJECTIF:	Utiliser de modestes moyens de communication dans le but de fournir aux éleveurs de bétail des informations éducatives et de motivation dans le cadre d'un programme pour l'éradication des tiques.
MEDIAS:	Magnétophones à cassettes, affiches, des exposés photographiques, des photographies, des films, des gravures et des échanges de données subjectives.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Corps de la Paix des Etats-Unis; les autorités du Kenya.
DUREE:	Commencé en 1970, activités en cours.
CONTACTS:	Bruce E. et Alisa K.A. Lundeen, Projet de technologie appropriée de Arusha, P.O. Box 768, Arusha, Tanzanie; Joseph Kenyua, Responsable du Programme de balnéation, Sotick, Kenya.

DESCRIPTION:

En 1970, le Corps de la Paix des Etats-Unis a entamé le programme de gestion des propriétés familiales de balnéation des bovins à Kipsigis pour accroître la lutte contre des souches fatales des maladies transmises aux bovins par la tique qui sont très répandues au Kenya. L'essentiel du programme destiné à l'éducation des adultes a été ultérieurement révisé puis élargi dès qu'il est apparu sans équivoque que le programme avait avorté. Des activités d'information supplémentaires s'imposaient, étant donné qu'un grand nombre d'exploitants locaux n'avaient assimilé ni la portée de la balnéation du bétail dans la lutte contre les tiques, ni les raisons pour lesquelles la balnéation ne peut être efficace que si elle est administrée régulièrement. En fait, certains exploitants n'ont pas baigné leurs bovins, certains l'ont fait de manière irrégulière et d'autres ont uniquement baigné leurs animaux de qualité supérieure et ont laissé le jeune troupeau de zébus indigènes exposés aux attaques de la tique. Dans le même temps, les installations de balnéation n'étaient pas entretenues de manière adéquate et les responsables de la coopérative de Kipsigis n'ont pas obtenu le produit chimique en quantité suffisante pour maintenir la solution de balnéation à son degré de concentration nécessaire.

En fonction des discussions avec les exploitants et les travailleurs vétérinaires locaux, l'hypothèse a été confirmée, à savoir que les exploitants n'ont pas compris

la portée de la balnéation du bétail pour le contrôle des tiques. Il a été également mis en évidence que les exploitants qui avaient saisi le programme, hésitaient à s'acquitter des droits de balnéation quand la teneur de la solution chimique était trop faible pour que le bain soit efficace. Bien que les agents vétérinaires de vulgarisation aient essayé de remédier à ces problèmes, en se mettant d'accord avec des groupes d'exploitants et avec des membres de la coopérative, leur manque d'expérience, en matière d'éducation périscolaire destinée aux adultes, les incitait à réprimander les exploitants peu coopératifs.

Afin de combler le vide en matière d'information, deux volontaires du Corps de la Paix ont participé, avec les agents vétérinaires de vulgarisation, à la mise au point d'albums de photos (avec légende en swahili et narration dans la langue locale enregistrée sur bande), de maquettes de démonstration à trois dimensions et d'autres moyens audio-visuels à utiliser au sein des installations de balnéation, ainsi que dans les réunions d'exploitants et les sessions du Conseil de la coopérative.

A toutes ces activités d'enseignement, on prend soin de faire participer les Wazee (ou "vénérables anciens"). On fait appel à ces vieux exploitants pour qu'ils rappellent les pratiques oubliées de zootechnie, ce qui permet aux autres exploitants d'admettre plus rapide-

ment les changements (par exemple: l'adoption d'animaux classés) et leurs répercussions. Lors des réunions, chaque participant est libre soit de poser des questions, soit de répondre, et de mettre en commun les informations. Des consultants participent à ces débats, mais ils s'efforcent de ne pas présenter de nouvelles données tant que les autochtones ne sont pas prêts et aptes à les assimiler.

En dehors des réunions, le principal moyen d'expression est le magnétophone à cassette. L'utilisation du magnétophone permet aux responsables du projet soit de connaître les réactions des exploitants lors des activités éducatives, soit de communiquer les débats de ces réunions aux exploitants qui n'y ont pas assisté ainsi que d'enregistrer des récits ayant trait à l'agriculture.

RESULTATS:

Par le biais des débats, il a été mis au point des procédures qui incorporaient à la fois les connaissances inhérentes à la collectivité et les nouvelles informations destinées au besoin et aux activités des exploitants.

Le contrôle des bains est devenu plus efficace; on a insisté davantage sur le maintien d'une concentration chimique rigoureuse; on a perfectionné le système de tenue des registres qui a été mis en pratique; on a enfin réparé les installations de balnéation, opération qui était nécessaire. Un grand nombre d'exploitants ont commencé à baigner régulièrement tous leurs bovins et ont également adopté d'autres pratiques d'économie animale. A la suite de ces changements, les registres vétérinaires indiquent que la mortalité des bovins engendrée par les maladies transmises par la tique accuse une régression non négligeable à partir du moment où la composante communication du programme a été établie.

A NOTER:

- A partir de 1970, les journées d'éducation pratique se sont tenues dans la région de Sotick. Ces journées ont permis aux exploitants d'accroître leurs connaissances en matière d'épizootie et de pratiques d'économie animale.
- Afin de prouver le concept qu'une solution faible ne tuera pas les tiques, le personnel du programme a mené une démonstration simple utilisant une éprouvette, un liquide coloré et des vaches jouets.
- Les comptes rendus écrits, conservés comme partie intégrante du programme, précisent les exploitants qui ont baigné leurs bovins au cours d'une semaine donnée, ainsi que le nombre de bovins baignés par

chaque exploitant. Ces comptes rendus accompagnés de calendriers ont particulièrement aidé les exploitants illettrés. De surcroît, ces documents soulignent l'importance des périodes de bains dans une planification efficace.

- Les problèmes linguistiques, ajoutés aux difficultés de production, ont limité l'efficacité du film 16mm.
- Les supports audio-visuels mis au point dans le cadre du programme de balnéation du bétail à Kipsigis reflètent les découvertes d'Andreas Fuglesang, à savoir que les photographies en noir et blanc avec des détails insignifiants cachés, fournissent souvent plus de renseignements aux personnes analphabètes, que des silhouettes, des graphes ou des photographies non retouchées.
- Ce programme ne requiert ni des salles sombres, ni des projecteurs étant donné que l'on expose en plein jour des diapositives insérées dans des dépliants en plastique.
- A Kipsigis, les étudiants du secondaire écoutent les bandes et regardent les exposés photographiques réalisés pour les exploitants de Manaret. Ainsi, les deux groupes restent en contact, malgré les différences d'âge et d'intérêts sociaux.

REFERENCES:

"The Potential of Locally Produced Materials and Small Media in Community Development," Bruce E. Lundeen et Alisa K.A. Lundeen, étude non publiée, décembre 1977.

"Kipsigis Homesteads," Bruce E. Lundeen et Alisa K.A. Lundeen, exposé photographique non publié et non daté.

"Village-Made Educational Materials: Three Experiments that Worked," Bruce E. Lundeen et Alisa K.A. Lundeen, *Development Communication Report*, Numéro 23, Clearinghouse on Development Communication, juillet 1978.

Clearinghouse on Development Communication
Juillet 1978

(Bien qu'il soit de coutume au Clearinghouse de demander aux personnes familiarisées avec les projets décrits dans la présente série, d'examiner le texte préliminaire des profils les efforts ardues visant à obtenir de tels commentaires, avant la date de publication, se sont en l'occurrence révélés vains.)

MASAGANA 99

Philippines

AUDIENCE-CIBLE:	Les producteurs de riz de 59 provinces des Philippines (environ 900.000 exploitants, selon les estimations officielles).
OBJECTIF:	Accroître les rendements rizicoles en mettant à la disposition des exploitants des prêts, des facteurs de production agricoles et des informations appropriées sur les concepts et les pratiques agricoles.
MEDIAS:	Radio, dessins humoristiques, livrets, brochures publicitaires, bulletins, revues en langue du pays, journaux, affiches, télévision et communications interpersonnelles.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Le Conseil national des Philippines pour l'alimentation et l'agriculture (une organisation composée de 17 organismes et banques d'Etat des Philippines); l'Agence des Etats-Unis pour le développement international et l'Institut international pour la recherche rizicole.
DUREE:	Projet pilote et recherches menés de 1971 à 1973; phase de mise en oeuvre commencée en 1973; activités en cours.
CONTACTS:	Dr. Arturo Tanco, Ministre de l'agriculture, Quezon, Philippines; Domingo F. Panganiban, Directeur, Conseil national pour l'alimentation et l'agriculture, Quezon, Philippines; J.D. Drilon, jr. Directeur, Centre régional de l'Asie du Sud-Est pour les études supérieures et la recherche en agriculture, U.P. à Los Baños, College, Laguna, Philippines; Kenneth F. Smith, OHP USAID Korea, c/o American Embassy, Seoul, APO S.F., California, 96301, USA.

DESCRIPTION:

Le Président Marcos a mis en oeuvre, en mai 1973, le projet *Masagana 99* lors d'une cérémonie télévisée dans tout le pays. Marcos a surnommé le projet "un programme de survie" à la suite d'une inondation régionale en 1972 et d'une sécheresse nationale en 1972-73, et il a fait appel à la nation afin de coopérer à un programme de riziculture destiné à redresser le marasme économique qui menaçait d'épuiser les devises du pays et de causer d'autres problèmes sur le plan économique. L'impression d'urgence traduisait le fait que la pénurie de riz, cette année-là, avait été estimée à 700.000 tonnes. Le projet annoncé par Marcos était le plus important et le plus exhaustif de l'histoire du pays en termes du nombre d'exploitants impliqués; du degré de collaboration des secteurs public et privé; du champ géographique couvert; de l'utilisation des médias de masse; de la propagation des nouvelles technologies de riziculture; du soutien apporté par des agents formés en vulgarisation et de la hausse des rendements rizicoles.

Masagana 99 comporte 11 phases. Celles-ci comprennent: 1) un ensemble technologique basé sur la re-

cherche; 2) un programme de production et de distribution de semences; 3) un système de distribution et d'allocation; 4) une campagne de lutte contre les ravageurs et les maladies des plantes; 5) un programme de crédit; 6) un programme pour la distribution de pompes d'irrigation et l'amélioration des systèmes d'irrigation; 7) un programme pour l'augmentation du nombre d'agents mobiles de vulgarisation agricole et de leur disponibilité; 8) une campagne à base de médias de masse créée dans le but de propager les informations et d'instruire le public en matière de concepts et de pratiques agricoles et 9) un système de soutien des prix associé à un programme d'achat et de stockage céréaliers. Les deux dernières phases d'ordre administratif et intersectoriel, sont: une concentration sur des zones cibles déterminées avec soin et une unité de gestion chargée de la mise en oeuvre, de la planification et du contrôle de l'ensemble du programme.

La radio est la pierre angulaire de la composante médias de masse du projet *Masagana 99*. L'utilisation très répandue de la radio traduit les résultats des

recherches qui prouvent qu'elle atteint jusqu'à 85 pour cent de la population et que trois exploitants philippins sur quatre possèdent un poste de radio. Plus de 224 stations de radio diffusent dix fois par jour des conseils, des chansons publicitaires et des pièces satiriques axées sur l'agriculture, tandis que 125 stations diffusent plus de 50 programmes locaux d'agriculture. Les principaux média de soutien englobent des bandes dessinées pédagogiques; des livrets et des bulletins dans les huit dialectes principaux du pays; des journaux (qui, de leur plein gré, consacrent de longues colonnes au projet); et des affiches pédagogiques de propagande. Le rôle de la télévision a été limité et a consisté essentiellement à couvrir la cérémonie d'ouverture du projet et des activités fortuites sur le terrain.

Les commentateurs agricoles impliqués dans le présent projet remplissent d'autres fonctions que celles de présentateur de disques. Il font office de fonctionnaires des informations dans les Comités provinciaux d'action (les unités administratives de base du projet), répondent aux demandes des auditeurs, enregistrent les entrevues avec les fournisseurs et les utilisateurs d'information, mènent des recherches relatives aux émissions et se joignent à des activités de la collectivité liées à la production alimentaire. En outre, ils tiennent le registre quotidien des émissions, assistent à des réunions en vue de planifier et d'étudier la programmation et suivent de près les activités liées à l'information et à l'éducation de tous les organismes de développement agricole et rural.

En 1977, l'accent a été mis sur l'importance que *Masagana 99* accorderait à l'intensification des rendements et à la participation d'un nombre toujours accru de familles d'exploitants. Depuis, le projet est connu sous le nom de *Masagana 99+10*.

RESULTATS:

Malgré des problèmes de transport, le mauvais temps, des distributions lentes et une infestation de parasites, les rendements rizicoles dans la région de *Masagana 99* ont accusé une hausse spectaculaire: 28 pour cent de 1973 à 1974, un pour cent de plus en 1975, et un complément de 10 pour cent en 1976. Par exemple, en 1974-75, les rendements ont atteint une moyenne de 3,3 tonnes par hectare dans la zone du projet, et 0,77 tonne dans les zones non couvertes par le projet. Il était à prévoir que l'essor de la production en fonction de l'ampleur prise dans la zone du projet augmenterait de manière non négligeable les revenus bruts des exploitants. Ainsi, à la fin de la première année du programme, une étude fait ressortir que les exploitants des trois provinces participant au projet (provinces où la superficie des propriétés était en moyenne légèrement supérieure à deux hectares) ont bénéficié d'une hausse de leurs revenus qui s'est chiffrée à 118 pour cent. Depuis 1976, la récolte globale n'a cessé de s'accroître et à la fin de l'année 1977, les Philippines ont exporté 25.000 tonnes en Malaisie et au Vietnam. On prévoit que les exportations globales de riz, y compris celles de 1977 et 1978, s'élèveront à 149.000 tonnes. Le problème du remboursement qui a tourmenté le programme s'est

atténué mais le nombre d'exploitants participants a diminué pour atteindre 249.000, et l'inflation ainsi que le renchérissement des coûts des facteurs de production agricoles ont réduit en partie les bénéfices réalisés par la majorité des participants.

L'impact des moyens de communication et des messages utilisés dans le projet *Masagana 99* n'a pas été évalué, mise à part l'incidence générale du projet sur la production obtenue et la hausse des revenus.

A NOTER:

- Le mot *masagana* signifie récolte plantureuse et le chiffre 99 du titre du projet se réfère au rendement visé de 99 cavans (un cavan équivalait à 44 kg en début de programme mais a depuis été arrondi à 50 kg).
- L'Institut international de recherche sur le riz, l'Université des Philippines à Los Baños et le Bureau philippin de l'industrie des végétaux ont mené les recherches fondamentales sur le projet en question. La phase pilote a été mise en œuvre par le Conseil national pour l'alimentation et l'agriculture du Département de l'agriculture et des ressources naturelles, dont les efforts ont été appuyés par le Bureau de vulgarisation agricole, l'IRRI, le BPI et l'Agence des Etats-Unis pour le développement international.
- Le Système de gestion des informations (SGI), mis au point en parallèle avec *Masagana 99*, a été conçu dans le but d'aider le directeur de projet à surmonter les nombreux problèmes administratifs qui, en règle générale, assaillent les projets agricoles: faiblesses dans les liens entre les sources d'informations et les décisions; difficultés à distinguer les facteurs déterminants de la production de ceux qui sont accessoires; et les problèmes portant sur la cohérence et la fiabilité des informations recueillies à de nombreuses sources. Le SGI adopté comprend des données de base; des indicateurs types sur les données; des données en provenance continue du terrain; des enquêtes régulières par sondage; un ensemble de procédés appliqués à l'analyse des données; la rétroaction et l'évaluation; des hypothèses de fonctionnement définies avec soin; et d'autres outils analytiques nécessaires aux prises de décision.
- Le personnel sur le terrain en réfère au Fonctionnaire provincial du programme qui résume les commentaires et les transmet, d'abord par radio, puis par courrier, au Personnel du comité de gestion.
- Les achats de biens de consommation du genre cuisinière, réfrigérateur, et motocyclette par les familles d'exploitants impliqués dans *Masagana 99* ont tellement progressé dans certaines régions que la nouvelle variété de riz est parfois surnommée: Riz Honda.

REFERENCES:

"Masagana 99: An Integrated Production Drive in the Philippines," J.D. Drilon, Jr., étude présentée au

Séminaire sur le développement agricole accéléré et la prospérité rurale, Université de Reading, septembre 1976.

"An Agricultural Management Information System: Lessons from Masagana 99," Kenneth F. Smith, PASITAM, notes de projet, N° 7, mai 1976.

"A Communication Behavior Study of Small Rice Farmer: Diffusion and Feedback in the Masagana 99 Rice Production Program in the Philippines," Hernando V. Gonzales II, thèse de M.A. non publiée, Université d'Hawaii, décembre 1977.

"Masagana 99: a Renaissance in Agricultural Communication," Vicente C. de Jesus, étude présentée au

troisième Atelier sur la recherche et les médias du Conseil philippin pour la recherche agricole, Davao, août 1975.

"Masagana 99 Program: Farmers', Technicians', and Credit Agencies' Viewpoints," Eusebio P. Mariano, étude présentée à la première conférence de politique agricole pour des études de politique et de développement, Université des Philippines à Los Baños, avril 1975.

Clearinghouse on Development Communication
Octobre 1978

L'ACTION CULTURELLE POPULAIRE (ACPO)

Colombie



AUDIENCE-CIBLE:	Les petits fermiers de Colombie.
OBJECTIF:	Donner aux petits fermiers une éducation de base.
MEDIAS:	Radio, matériel imprimé, communications interpersonnelles (avec aide de diapositives et de films).
BAILLEURS/PROMOTEURS:	L'ACPO est virtuellement indépendante du point de vue financier; 7 pour cent de son capital provient de sources gouvernementales ou de programmes d'aide financière ou technique octroyés par l'Assistance Internationale pour la Planification Familiale et par l'Education dans le monde.
DUREE:	Fondé en 1947; en cours.
CONTACTS:	Monseigneur José Joaquín Salcedo, Acción Cultural Popular, Apdo. Aéreo 7170, Nal. 3262, Calle 20, No. 9-45, Bogotá, Colombia.

DESCRIPTION:

L'Action Culturelle Populaire débuta en 1947. Elle est l'oeuvre d'un membre du clergé catholique de 25 ans, José Joaquín Salcedo. En essayant de donner aux petits fermiers des connaissances indispensables pouvant aider leur développement personnel et celui de leur communauté, ACPO commença à émettre de la station de Sutatenza.

Ce qui fut au début une expérimentation devint par la suite une institution. L'Action Culturelle Populaire transmet à présent des cours d'éducation de base, d'alphabétisation, de calcul, de santé, de construction, d'hygiène, d'économie et de développement personnel. Elle a un programme de formation pour son personnel: 900 personnes s'occupent de communications et de travail de développement. Elle organise un service de correspondance; publie un hebdomadaire et gère une imprimerie; elle offre un choix de cours brefs, d'intérêt immédiat ou local. Elle vend des centaines de milliers de livres chaque année, à prix coûtant, aux petits fermiers; elle envoie dans les campagnes des camionnettes avec du matériel éducatif et récréatif pour montrer des films et distribuer du matériel imprimé. Elle développe aussi régulièrement de nouvelles techniques d'aide audio-visuelle et de nouveaux programmes. En ce moment, ACPO fait aussi sa propre analyse et s'occupe d'une campagne pour la planification familiale appelée "Être un Parent Responsable."

L'élément central de l'ACPO, la radio scolaire, touche 22,000 groupes d'étude. Les groupes de Radio de Sutatenza sont organisés par les petits fermiers locaux

qui décident l'horaire des rencontres, préparent des comptes rendus, dirigent des discussions et conseillent d'autres membres des groupes. Les cellules d'apprentissage utilisent six manuels gratuits qui servent à documenter de façon permanente le contenu des retransmissions. Ces textes simples aident les élèves à acquérir le langage et le calcul de base et ils les renseignent sur les problèmes de développement de façon pratique.

RESULTATS:

Une évaluation de l'ACPO par l'organisation elle-même, effectuée en 1976, montra que 23 pour cent des paysans interrogés dans cinq communautés types participaient à l'école par radio, que ceux qui avaient été contactés par Radio Sutatenza la préféraient à toutes les autres stations et que les améliorations dans la communauté correspondaient dans beaucoup de cas au nombre des auditeurs de la radio scolaire. Elle indiqua aussi, entre autres, qu'il y avait plus d'auditeurs terminant les cours de base qu'il n'y en avait recevant des certificats.

Les indices plus révélateurs du succès de l'ACPO sont cependant sa survie pendant 30 ans, son indépendance financière, et sa croissance. Radio Sutatenza atteint à présent 140.000 paysans qui envoient entre 75.000 et 80.000 lettres et demandes à la station chaque année. Plus de 11.000 organisateurs de la communauté sont passés par les instituts et sont retournés chez eux pour

combattre la pauvreté, la maladie, l'érosion, la croissance démographique excessive, le manque d'hygiène et d'alphabétisation. De plus, au moins 15 pays hispaniques ont utilisé le prototype colombien pour leurs propres programmes éducationnels par radio.

A NOTER:

- Dans la Colombie rurale, la circulation du journal "El Campesino" (environ 70.000 lecteurs) est plus grande que celle de n'importe quel autre journal.
- "El Campesino" inclut régulièrement en suppléments d'information des dépliants sur la planification familiale et l'éducation. Ces dépliants peuvent être affichés ou pliés comme brochures.
- Des livres de la Bibliothèque des paysans, à l'usage de ceux qui viennent d'apprendre à lire leur coûtent environ 13 cents U.S. chacun. Depuis 1963, plus d'un million de titres — le plus populaire s'intitulant *Mère et Enfant* — se trouvent dans les foyers ruraux.
- Les vingt employés de l'ACPO répondent à environ 200 lettres par jour. Ce service donne aux auditeurs

l'occasion de poser des questions sur les retransmissions et d'utiliser leurs connaissances linguistiques. Il donne aussi au personnel de l'ACPO des renseignements très importants sur la réaction des paysans.

- L'ACPO maintient son autonomie financière en partageant sa station radiophonique, son studio d'enregistrement et son imprimerie avec des firmes commerciales.

REFERENCES:

"Family Planning Education in Action: Some Community-Centered Approaches." Judy El-Bushra et Susan Perl, International Extension College and International Planned Parenthood Federation, Londres, Angleterre, mars 1976.

"Comunicación, Educación No Formal y Desarrollo Nacional: las Radio Escuelas Colombianas." Juan Braun, Educación Fundamental Integral, N° 1, Bogotá, Colombia, August 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Juin 1977

DEVELOPPEMENT INTEGRE

LAEDZA BATANANI

Botswana

AUDIENCE-CIBLE:	Les villageois de la région Nord-Est du District Central de Botswana.
OBJECTIF:	Encourager la participation de la communauté à des efforts de développement, identifier la perception que les villageois ont de leurs propres problèmes et obtenir leur soutien pour les projets sous l'égide gouvernementale.
MEDIAS:	Théâtre populaire, drame, marionnettes, danse, chant, poésie accompagnée par battements de tambours.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	La Division de Services Extra-Muraux du Collège Communautaire de Tutume, le Groupe de Services de Vulgarisation du Sous-District de Tutume et le Collège d'Extension de Botswana.
DUREE:	Commencé en 1974; en cours.
CONTACTS:	Ross Kidd, International Council for Adult Education, 29 Prince Arthur Avenue, Toronto, Canada M5R 1Z B; Martin Byram, Tutume Community College, P/O Tutume, Via Francistown, Botswana; Frank Youngman, UBS/DEMS, Private Bag 0022, Gaborone, Botswana.

DESCRIPTION:

"Laedza Batanani" (ce qui signifie "le Soleil est déjà Levé, donc Viens et Travaillons Ensemble") est un projet d'éveil de conscience commencé en 1974, pour encourager les participants à s'entraider et à tirer profit de tous les projets de développement patronnés par le gouvernement. Organisé avec l'aide de dirigeants locaux et de travailleurs des services de vulgarisation et du gouvernement, la campagne "éveil de la communauté" se présente comme une série de fêtes du village annuelles.

Le projet eut d'abord pour but de montrer l'utilisation possible du théâtre populaire par les travailleurs des services de vulgarisation et il conserve encore un caractère empirique; à l'époque de sa mise en oeuvre, la communauté visée était très apathique — résultat direct de la dispersion de l'habitat, de la négligence des hommes travaillant en dehors de la région et du caractère faible de l'autorité traditionnelle. Donc, lors d'une conférence sur des problèmes de développement qui eut lieu dans un village, quand des dirigeants répondirent avec enthousiasme à des études de cas dramatisées et recommandèrent que l'on donnât suite au programme, les organisateurs décidèrent de répondre par une campagne mobile incorporant le théâtre aux autres moyens de communication. Le premier festival eut beaucoup de succès et les participants demandèrent

qu'il devienne un événement annuel.

Chaque festival est organisé en projet d'éducation intégrée, sans structure fixe. Chaque travailleur des services de vulgarisation de la région devient organisateur régional et membre de l'équipe mobile d'acteurs-animateurs. Chaque campagne constitue aussi un effort communautaire: les représentants de la communauté participent à une séance de travail avant la campagne, au cours de laquelle les problèmes majeurs sont identifiés. Ils organisent le festival et participent directement aux spectacles des fêtes de village.

Chaque année l'équipe de la campagne visite les cinq villages les plus importants de la région et présente un spectacle de 90 minutes qui comprend théâtre, marionnettes, danse, chant et poésie ponctuée de battements de tambour. Après chaque spectacle, les acteurs et les travailleurs des services de vulgarisation divisent l'assistance en groupes pour discuter les problèmes présentés. Une innovation récente est un programme après la campagne où il y a des démonstrations pratiques et d'autres activités (par exemple, distribution de graine) de façon à aider l'assistance à passer de la discussion à l'action.

Le moyen de communication essentiel de chaque festival est "le théâtre populaire," qui repose sur

l'improvisation plutôt que sur un texte écrit et dépend plus de la grande familiarité qu'ont les acteurs avec les problèmes soulevés que de séances de répétitions. L'usage des mots est minime et le thème est répété continuellement pour aider ceux qui arrivent en retard. L'action continue sert à captiver l'attention des spectateurs et la participation du public est vivement encouragée. D'autres moyens de communication (marionnettes, chant, danse et poésie) sont utilisés pour renforcer les messages transmis par le théâtre.

RESULTATS:

"Laedza Batanani" attire un grand nombre de personnes, dont beaucoup n'avaient jamais participé à des programmes de développement. Les fêtes du village présentent des problèmes locaux de façon attrayante et donnent aux villageois la possibilité de formuler leurs griefs de façon informelle mais dans un contexte personnel. Ces spectacles sont des divertissements excellents et stimulent l'activité culturelle de la région.

Plusieurs changements positifs résultèrent directement de "Laedza Batanani": en particulier, la participation à des rencontres de discussion sur les problèmes de développement augmenta, le nombre de porteurs de maladies vénériennes qui signalèrent leur maladie et se présentèrent pour recevoir un traitement augmenta et les habitants créèrent plus de jardins autour de leurs maisons. De plus, le succès du projet encouragea trois autres districts du Botswana à utiliser la même tactique de campagne d'éducation intégrée.

A NOTER:

- Dans "les petites pièces" les personnages représentant des "problèmes" sont nommés par leurs vices et font déjà partie du patrimoine du village.
- L'utilisation des danses traditionnelles et de la poésie ponctuée de battements de tambour comme moyens de communication au cours des festivals s'est avérée extrêmement populaire et a démontré le potentiel du folklore et des artistes pour communiquer des messages d'actualité liés aux questions de développement.
- L'usage du théâtre populaire comme "miroir" qui permet aux membres de la communauté de considérer leurs préoccupations journalières, puis de les discuter collectivement, a montré l'efficacité de "Laedza Batanani."

REFERENCES:

- "Laedza Batanani: Folk Media and Development: A Botswana Case Study," Ross Kidd et Martin Byram, Botswana Extension College, Gaborone, Botswana, juin 1976.
- "Popular Theater and Development," Ross Kidd et Martin Byram, *Convergence* Vol. X, No. 2, 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Juin 1977

DEVELOPPEMENT INTEGRE

PROJET DU YUKON INFERIEUR (SKYRIVER)

Etats Unis

AUDIENCE-CIBLE:	Esquimaux d'Alaska et fonctionnaires du gouvernement.
OBJECTIF:	Développer un processus par lequel les Esquimaux pourraient identifier leurs besoins et leur problèmes, se mettre d'accord sur des actions appropriées et puis trouver des solutions.
MEDIAS:	Film et video.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	L'Office des États-Unis pour le Développement Economique.
DUREE:	De 1970 à 1972.
CONTACTS:	Tim Kennedy, Department of Communication Arts, Cornell University, 640 Stewart Ave., Ithaca, New York 14853, USA.

DESCRIPTION.

Grâce à des fonds de l'Office des États-Unis pour le Développement Economique, le "Projet Skyriver" débuta en 1970 avec tout juste une équipe de cinéastes travaillant à Emmonak, village de la basse région du Yukon. Le projet fut organisé comme une expérience d'utilisation du cinéma pour organiser les communautés.

En premier lieu les habitants d'un village désigné sélectionnèrent un organisateur de projet parmi eux. Au cours de rencontres, les habitants identifièrent des meneurs de la communauté et des problèmes urgents (par exemple manque d'écoles dans la région ou mauvaises constructions). Ces meneurs furent encouragés à discuter et présenter des solutions aux problèmes de leurs villages devant la caméra, en utilisant la langue, le cadre et la présentation de leur choix. Après une projection privée durant laquelle la personne interrogée pouvait à son gré retrancher ou ajouter des renseignements, le film ou la bande enregistrée était soumis à l'approbation de l'organisateur du projet, ainsi que de la communauté afin de stimuler plus de discussions et de clarifier certains problèmes. Entre temps, l'équipe de Skyriver fournit des renseignements tels que les noms des agences du gouvernement qui s'occupaient des problèmes donnés ou les noms de ceux qui prenaient les décisions finales. Graduellement, un film émergeait qui reflétait le consensus de la communauté.

Le film achevé fut projeté à Juneau pour les fonctionnaires du gouvernement et autres groupes intéressés par les questions de bien-être social. L'équipe du "Projet Skyriver"registra les réponses des

personnes interviewées en video et les bandes furent renvoyées à la communauté filmée. Les mêmes films furent aussi envoyés à d'autres villages pour promouvoir le concept d'utilisation de rencontres filmées en video.

Les films ne traitent pas tous de problèmes urgents. Certains montraient des aspects plus positifs du mode de vie des Esquimaux et avaient pour but de divertir et d'éduquer des personnes d'autres cultures.

RESULTATS:

Les films utilisés dans le "Projet Skyriver" amenèrent des changements majeurs dans la politique gouvernementale. Un film où les Esquimaux se plaignaient d'avoir à envoyer leurs enfants dans des pensionnats (parce qu'il n'y avait pas d'écoles aux alentours) encouragea le Département de l'Education de l'Alaska à repenser sa stratégie de développement scolaire; maintenant des lycées ont été bâtis dans les petits villages. Un autre film montrant la dureté de la vie dans les logements pour personnes à petits revenus, eut pour résultat le licenciement d'un ingénieur de planification en construction et changea la démarche de l'Etat en ce qui concerne les projets pour les personnes à petits revenus.

D'autres résultats du Projet Skyriver sont plus difficiles à mesurer. Les Esquimaux se rendirent compte de ce que le gouvernement pouvait ou ne pouvait pas faire pour eux. Ils devinrent moins isolés étant davantage au courant des problèmes de leurs voisins immédiats et des gens du village voisin. Cette connaissance les aida à protéger leur culture contre les

incursions des institutions occidentales. En même temps, les fonctionnaires de l'Etat reçoivent des témoignages directs sur la dureté de la vie rurale provenant de personnes qu'ils n'auraient pas eu normalement l'occasion de rencontrer.

Finalement, en regardant les films faits par les Esquimaux eux-mêmes, d'autres Américains apprirent à mieux connaître le caractère particulier de cette culture et ses efforts pour sauvegarder son identité.

A NOTER:

- Skyriver eut des difficultés à trouver des cinéastes et des opérateurs de vidéo qui pouvaient travailler dans le cadre particulier du projet — où la transcription, la distribution et le contenu des films étaient contrôlés par les sujets eux-mêmes plutôt que par l'équipe.
- Pour son deuxième film, l'équipe de Skyriver fut composée de deux Esquimaux. M. Kennedy, le Directeur du Projet, admit qu'ils réussirent à obtenir des informations qu'une équipe venant de l'extérieur n'aurait jamais pu obtenir.
- Après avoir vu des films non édités, les villageois votaient pour savoir si un film donné représentait

véritablement les sentiments de la communauté et leur consensus.

- Parfois, le film était préférable à l'enregistrement par vidéo pour les entrevues. Les quelques semaines nécessaires au développement des films donnaient aux sujets l'occasion de réfléchir sur ce qu'ils avaient déclaré et au besoin de faire des modifications. En général, on peut dire que le film et la vidéo ont chacun leurs inconvénients et leurs avantages.

REFERENCES:

"The Skyriver Project: The Story of a Process," Tim Kennedy, *Access*, N°. 12, National Film Board of Canada, mars 1974.

"Videotaping: Process in Community Development Discussed by Tim Kennedy at Center Seminars," *Instructional Technology Report*, Washington, D.C., juillet-août 1974.

Clearinghouse on Development Communication
Juin 1977

DEVELOPPEMENT INTEGRE

RADIO-MESSAGES

Equateur

AUDIENCE-CIBLE:	Les Equatoriens adultes ruraux.
OBJECTIF:	Instruire les adultes ruraux illettrés par l'intermédiaire de programmes de radio éducative conçus par et pour leurs pairs.
MEDIAS:	Radio et magnétophones à cassettes.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Projet d'Education Nonformelle de l'Université du Massachusetts avec l'aide financière de l'Agence des Etats-Unis pour le Développement International.
DUREE:	En cours, a commencé en août 1972.
CONTACTS:	Padre Isaias Barriga, Director, Radio-Mensaje, Tabacundo, Ecuador.

DESCRIPTION:

Des émissions enregistrées sur bande magnétique produites par les petits paysans (*Campesino*) furent incorporées aux retransmissions d'une petite station régionale, Radio-Message, à la fin de l'année 1972 pour atteindre une large proportion des 44.000 adultes illettrés dans la région de Tabacundo, Equateur. Le projet fut conçu de façon à rallier la masse des auditeurs par une retransmission libre et de charger en suite les auditeurs eux-mêmes de la programmation et de la retransmission. Les objectifs immédiats du projet étaient de découvrir si des émissions radiophoniques d'un niveau très simple, intéresseraient les auditeurs et s'ils seraient capables de retransmettre à la communauté les informations fournies dans leur propre langage. Les buts à long terme étaient (1) d'intensifier les sentiments d'amour-propre des auditeurs, (2) de stimuler le développement communautaire et (3) d'améliorer l'alphabétisation des auditeurs et leurs connaissances en calcul.

Grâce à une modeste subvention pour les appareils, octroyée par l'Université du Massachusetts, le projet rassembla 40 magnétophones et de nombreuses bandes. Le matériel fut distribué et des assistants d'enseignement, tous volontaires, purent se familiariser avec le matériel dans 40 centres de radio scolaire. Chaque auxiliaire utilise à présent ce matériel pour enregistrer des bandes que l'on passe chaque semaine au cours de deux émissions d'une demi-heure.

Les émissions "Message Campesino" (Message pour les Paysans) révèlent que les paysans sont si intéressés à s'entendre à la radio que ce type de programmation

attire un grand nombre d'auditeurs. Tandis que les auxiliaires se chargent d'enregistrer les bandes et de les fournir aux stations, les retransmissions ne sont même plus transcrites, encore moins présentées sous une forme bien définie. Les programmes contiennent des conseils, des poèmes, des chansons, des lectures, des dramatisations de problèmes communautaires, des témoignages, des leçons de lecture et de mathématiques (retransmises en conjonction avec les émissions de radio scolaire déjà existantes).

RESULTATS:

Un questionnaire distribué en 1971, 1972 et aussi 1973 révéla que le nombre des paysans qui se contentaient de dépendre uniquement de "l'aide de Dieu" pour les questions de développement de la communauté était tombé de 80 à 50 pour cent en un an dans la région de Tabacundo. En même temps, le nombre de ceux qui voulaient utiliser des techniques de production expérimentales passa de 56 à 84 pour cent. Cependant le questionnaire ne révéla aucune augmentation d'amour-propre des paysans. Des observateurs notèrent que néanmoins des changements d'attitude notables avaient pris place. Le Père Isaias Barriga, directeur de la station, croit que l'utilisation des enregistrements a montré aux paysans "qu'un certain pouvoir dans le monde" leur est accessible et que les buts et les satisfactions de la vie à la campagne sont uniques et valables.

Les progrès concernant les deux autres buts du projet

sont relativement faciles à mesurer et ont été très marqués; les réponses correctes à un questionnaire sur le développement communautaire passèrent de 50 à 61,5 pour cent de 1972 à 1973. Le nombre de ceux qui pensaient que l'érosion était une "chose fâcheuse" monta de 26 à 58 pour cent des personnes interrogées. De même, le nombre de personnes obtenant une note élevée (environ 55) à un test de langues et de mathématiques, donné entre 1971 et 1973, s'accrut sensiblement. Le nombre de ceux qui abandonnèrent le programme passa de 26 pour cent en 1971-1972 à 45 pour cent l'année suivante mais ce déclin reflète probablement des facteurs externes (mauvaises récoltes et migration pour chercher du travail - qui fut facilitée par une nouvelle route qui diminua de moitié le temps pour se rendre à Quito).

A NOTER:

- Laissés à eux-mêmes après avoir reçu des renseignements pendant une demi-heure sur le mode d'emploi des magnétophones, les auxiliaires apprirent vite à les utiliser correctement et d'une manière créative.
- Un groupe rural sans magnétophone loua une voiture pour venir au studio de la station de radio de façon à ce que ses membres puissent produire une "démonstration en direct."
- Des remarques de caractère très technique faites par un agronome bien intentionné mais un peu en dehors du contexte d'opération, furent "traduites" par un paysan de manière à ce que le groupe les comprenne plus facilement.
- Une communautéregistra le discours d'un fonctionnaire responsable de programmes de développement et garda l'enregistrement comme documentation des promesses qu'il avait faites au peuple.

REFERENCES:

"Programming by the People: An Ecuadorian Experiment," James Hoxeng, *Educational Broadcasting International*, Vol. 10, N° 1, mars 1977.

"Tabacundo: Battery-Powered Dialog," James Hoxeng, Valerie Ickis, and Alberto Ochoa, *Technical Notes on Nonformal Education*, Center for International Education, University of Massachusetts, Amherst, Massachusetts, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Juin 1977

PROJET POUR L'EGALITE D'ACCES DES FEMMES ET DES JEUNES FILLES A L'EDUCATION

Haute-Volta

AUDIENCE-CIBLE:	Les femmes et les jeunes filles des zones rurales de trois régions de Haute-Volta.
OBJECTIF:	Fournir une éducation pratique comme moyen d'améliorer les normes de vie et la condition des femmes dans la collectivité; former des enseignants afin de perpétuer le mouvement.
MEDIAS:	Radio, films, diapositives, documents imprimés, communications interpersonnelles.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Le gouvernement de Haute-Volta (le Ministère de l'éducation et de la culture et d'autres organismes des 11 organisations voltaïques pour le développement rural); l'UNESCO; le PNUD; l'OIT; la FAO et autres organismes internationaux, publics et non publics.
DUREE:	A été projeté et a débuté en 1967; activités en cours au moins jusqu'à 1981.
CONTACTS:	Mme. Scholastique Kompaore, Directeur de projet, Projet d'égalité d'accès des femmes et jeunes filles à l'éducation, B.P. 11, Ouagadougou, Haute-Volta; Mary Lynn Hanley, Information Officer, UNDP, One United Nations Plaza, New York, New York, 10017, U.S.A.; Brenda McSweeney, PNUD, P.B. 575, Ouagadougou, Haute-Volta.

DESCRIPTION:

Le gouvernement de Haute-Volta et l'UNESCO ont mis en œuvre de concert le Projet pour l'égalité d'accès des femmes et des filles à l'éducation en 1967 dans le but d'améliorer les normes de vie dans 83 villages et d'accroître la condition féminine dans la collectivité. Afin de déposer les bases d'une réforme d'une envergure de ce genre, le personnel du projet a adopté des objectifs intermédiaires très précis. Il a mené des études sociologiques destinées à identifier les obstacles à l'accès des femmes à l'éducation; a lancé des campagnes d'alphabétisation pour les femmes des zones rurales; a créé des programmes de formation pour les éducateurs de la collectivité et des programmes destinés à promouvoir les capacités exécutives des femmes; et a organisé des cours éducatifs de base portant sur la nutrition, l'agriculture, les arts ménagers, la santé et la création de micro-industries et de coopératives d'artisanat.

En 1967, on a effectué sur le plan national, une évaluation des besoins préalables au projet. Kongoussi, Banfora et Pô — trois régions dotées d'éléments ethniques et linguistiques différents et aux diverses conditions économiques — ont alors été sélectionnées comme sites pilotes. Puisque les femmes voltaïques,

occupées depuis le lever du soleil qu'à son coucher, n'avaient pas de temps à consacrer à des activités éducatives, la première phase du projet a consisté à faire adopter des équipements destinés à gagner du temps, tels que puits, appareils de mouture, charrettes et dispensaires maternels. Dans le même temps, on a également fait adopter des procédés de sauvetage — programmes d'éducation dans les domaines de l'hygiène, de la nutrition et de la santé — qui visaient à soulager les femmes des problèmes psychologiques et des fardeaux physiques.

Dans la mesure où les trois projets pilotes n'ont pas démarré simultanément, le moment où les obstacles de temps et de santé ont été suffisamment atténués pour permettre aux villageois de participer à la formation axée sur l'alphabétisation et les aptitudes professionnelles a varié (entre approximativement 1970 et 1975). Toutefois, on avait distribué des radios et les groupes d'auditeurs s'étaient formés au début du projet, et les unes et les autres ont joué un rôle important dans les campagnes visant l'agriculture et l'amélioration des villages. Les tribunes des ondes sont-elles devenues l'un des deux modes principaux d'enseignement. (On a conçu

essentiellement pour les jeunes filles les programmes en salle de classe, l'autre mode principal d'enseignement).

En règle générale, on prépare les programmes chaque semaine dans les langues locales. Les programmes en question englobent des discussions sur les réussites et les problèmes qui affectent les activités du projet et les autres préoccupations des villageoises, puis les programmes rassemblent les points de vue des villageoises ainsi que les chansons composées par des musiciens locaux sur les activités du projet. Durant la formation, les responsables féminines du village organisent de courtes représentations théâtrales et les villageoises participent à ces représentations culturelles mettant en scène une suite de pièces villageoises — moyen de transmission traditionnel dans toute l'Afrique de communautés sociales, de contrôle social et de nouvelles de la région. De surcroît, des films et des présentations de diapositives préparées et présentées sur place sont suivis de débats. Cet échange intervillageois interrégional et rural-urbain est encore renforcé par la distribution de journaux dans la langue du pays.

RESULTATS:

En 1974, une commission composée de représentants des autorités voltaïques, du PNUD et de l'UNESCO, a effectué une évaluation du projet d'accès qui a identifié les obstacles principaux à la réalisation des objectifs du projet: des transports rudimentaires, des installations précaires de communications, un manque d'installations de production et de distribution pour les documents nécessaires aux programmes d'alphabétisation, et une pénurie de formateurs pour les programmes d'alphabétisation et de développement de la collectivité. Dans le même temps, le comité a émis l'idée que les programmes d'alphabétisation doivent s'adresser aux hommes aussi bien qu'aux femmes pour être valables, dans la mesure où des hommes analphabètes ne sont pas susceptibles d'encourager leurs femmes et leurs filles à saisir des occasions dont eux-mêmes ne peuvent profiter. La rareté des possibilités d'emploi pour les femmes qui parviennent à acquérir une aptitude à lire et à écrire et des qualifications professionnelles constitue le problème le plus insoluble. D'après un rapport de l'UNESCO, dans plusieurs cas la formation n'était pas appropriée et les employeurs persistent à défavoriser les femmes.

Les activités entreprises depuis 1967 font l'objet d'une évaluation actuellement en cours; on prête particulièrement attention à l'impact des technologies sur la manière dont les femmes utilisent leur temps et sur leur productivité. Les statistiques publiées en 1967 indiquent que 109.042 villageoises ont participé au projet en dix ans, près de 100 sage-femmes ont été formées, 427 latrines ont été construites en conjonction avec la composante hygiène, 95 groupes d'auditeurs ont été formés et 42 monitrices s'étaient installées dans 42 villages.

Actuellement, le projet est étendu à tout le pays. Ses activités seront mises en œuvre par le Ministère de l'éducation nationale et de la culture avec la collaboration des Ministères du développement rural, de la santé et des affaires sociales, des affaires environnementales et du travail.

A NOTER:

- Les premières années du projet, on a sélectionné des enseignants dans les rangs des instituteurs qualifiés des écoles primaires et secondaires. Ultérieurement, certains ont obtenu des bourses d'études en vue d'étudier à l'étranger des techniques d'éducation non-formelle.
- Les monitrices qui résident dans les villages servent de liaison entre les équipes régionales et les responsables féminins (sage-femmes et autres).
- Les radios et les machines à moudre fournies dans le cadre du projet ont présenté des difficultés mécaniques fréquentes. En conséquence, on a incorporé au projet une unité de technologie appropriée dans le but de mener à bien des recherches et de faire des expériences visant à aider les femmes à effectuer leur travail d'une manière plus efficace et plus rapide.
- La Haute-Volta est un des pays du monde le moins développé sur le plan économique, et sa population est rurale à 95 pour cent.
- Une équipe nationale de coordination travaille étroitement avec trois équipes régionales, formule des programmes et coordonne les activités du projet au niveau national.
- Bien que la condition des femmes voltaïques soit inférieure à celle des hommes, les différences régionales en matière de condition féminine ont contraint les organisateurs du projet et les responsables de la conception du programme d'études à adapter les documents et les activités d'alphabétisation aux besoins précis de chaque groupe local.

REFERENCES:

"Projet expérimental: égalité d'accès des femmes et des jeunes filles à l'éducation," rapport de la commission nationale voltaïque pour l'UNESCO, Ouagadougou, mai, 1974.

"A New Chance for Rural Women," Mary Lynn Hanley, *Action UNDP*, janvier-février 1975.

"Le Projet d'égalité d'accès des femmes et des jeunes filles à l'éducation: 1967-1976," Ministère de l'éducation nationale et de la culture, Ouagadougou, novembre 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Janvier 1978

DEVELOPPEMENT RURAL INTEGRE

PROJET DE DEVELOPPEMENT RURAL INTEGRE DE SHADAB

Pakistan

AUDIENCE-CIBLE:	Habitants de 60 villages dans les environs de Lahore (près de 184.000 personnes).
OBJECTIF:	Développer la production agricole et les opportunités de commercialisation, encourager le développement des industries rurales et les projets de logement, organiser des coopératives et procédures de crédit, préparer le terrain pour des mouvements d'entraide et d'assistance collective et organiser des activités éducatives.
MEDIAS:	Imprimés et communications interpersonnelles.
BAILLEUX/PROMOTEURS:	Programme pour le développement rural intégré (PDRI) du Pakistan, Association de planning familial du Pakistan, et Ministère de l'agriculture du Pakistan.
DUREE:	Lancé en 1971; activités en cours.
CONTACTS:	M. Sadik Malik, 26-Hill Road, F 63, Islamabad, Pakistan; John Rowley, International Planned Parenthood Federation, 18-20 Lower Regent Street, London, SW1Y 4PW, England.

DESCRIPTION:

Le Projet de Développement rural intégré de Shadab s'inscrivait dans la lignée d'une série de projets de développement intégré qui avaient été au mieux des demi-succès. De même que ses prédécesseurs manqués, le projet devait accroître la production agricole. Mais à la différence de ses prédécesseurs, ce projet touche pratiquement à tous les aspects de la vie rurale. Les composantes du projet Shadab englobent l'animation rurale, l'éducation et l'assistance agricole, les mécanismes de banque et de crédit, l'enseignement élémentaire pour les adultes et les enfants, ainsi qu'une composante de planning familial multidisciplinaire allant de la formation professionnelle aux cours de lecture en passant par le travail des jeunes.

L'organisation est au coeur du Projet Shadab, lequel sert de modèle et de projet pilote pour le PDRI au Pakistan. Les autorités chargées du développement rural et les organisations semi-publiques, privées, et commerciales impliquées se regroupent sous un parapluie dont les baleines sont d'autant plus souples que ces organismes divers sont éloignés du pouvoir central. Les 60 villages du projet sont divisés en dix conseils collectifs, tandis que le centre administratif, le *markaz*, assure les services techniques, éducatifs et fournit le matériel. Le système est sous la responsabilité d'un chef de projet assisté de deux adjoints (l'un pour les questions techniques, l'autre pour les affaires des coopératives) et

de dix assistants subalternes (diplômés de collèges d'enseignement agricole qui viennent en aide aux exploitants agricoles et organisent les activités du conseil collectif).

Pour les directeurs du Projet Shadab, le développement rural consiste à donner aux villageois les moyens de définir leurs propres priorités de développement. Souvent, cela se limite à l'information. Mais dans le cas contraire, les bénéficiaires du projet ont recours à ces mêmes canaux d'information pour obtenir l'aide qu'ils recherchent; ils se rendent au *markaz*, où les autorités et autres organismes ont des représentants en place. Ces centres administratifs servent également de siège aux coopératives d'exploitants agricoles.

Au niveau du village, les dix assistants du directeur de projet distribuent les informations et fournitures, aident les exploitants agricoles à vendre et expédier leurs produits, négocient leurs prêts et crédit, montent des lopins de démonstration, aident les exploitants agricoles à organiser des foires et expositions agricoles, et organisent des réunions. S'il leur reste du temps, ils organisent des clubs de jeunes, contrôlent la distribution des soins médicaux de base et organisent des cours d'enseignement pour adultes.

L'Association de planning familial du Pakistan organise également des cours pour adultes dans le cadre

du projet. Par le biais de professeurs spécialement formés et d'une documentation écrite, ces cours mettent l'accent sur les points essentiels du planning familial. Les agents du planning familial encouragent les adultes de la région à assister aux cours, tandis que des participants aux cours de lecture et d'écriture se proposent d'inciter les gens à mettre en pratique les principes du planning familial.

Le directeur du Projet Shadab a pour objectif à long terme de décentraliser les fonds publics et les répartir par les *markaz*. Pour l'immédiat, les plans à court terme prévoient la réalisation de séminaires de formation pour les agents sur le terrain et le recrutement de nouveaux responsables locaux pour soutenir cette cause.

RESULTATS:

Il semble que le projet n'a pas été évalué de manière systématique. Néanmoins, nombreux sont ceux qui ont pu observer directement ses réussites et ses échecs: la composante du planning familial a par ailleurs été évaluée quantitativement.

Au nombre des signes de succès, il faut noter le quadruplement de la production agricole dans une région du projet à forte pluviométrie, le quadruplement en un an du nombre de bénéficiaires du planning familial (qui est passé de 779, en 1973, à 3.322 en 1974), et la construction d'une route à viabilité permanente qui a facilité les échanges commerciaux et permis aux autorités d'accéder pour la première fois aux villages éloignés. Enfin, certains exploitants agricoles affirment faire deux récoltes par an sur des terres qui n'en supportaient qu'une auparavant, et atteindre des rendements inespérés dans leurs récoltes.

La note pessimiste concerne les délais irréalistes dans lesquels les agents du projet espéraient voir se multiplier les succès enregistrés sur place, lorsque l'on connaît d'une part la limite des disponibilités en ressources et en personnel formé, et d'autre part la résistance prévisible de la bureaucratie à une intégration totale. Cependant, dès le début de 1978, quelque 635 projets imités du projet Shadab étaient lancés dans les zones rurales du Pakistan.

A NOTER:

- Les 9 écoles primaires et 35 centres de formation pour adultes créés dans la région de Shadab suppléent aux installations de la "People's Open University", destinée soit à poursuivre la formation professionnelle, technique ou universitaire, soit à dispenser des cours de niveau universitaire à des habitants des zones rurales qui en manifestent le souhait.
- Les "comités modèles" formés de responsables et autres personnages clés des villages, se sont dès le lancement du projet, révélés d'une importance critique pour la réussite du projet Shadab.
- On a estimé que 95 pour cent des villageois de la région du projet Shadab étaient analphabètes lors du lancement du projet.
- On s'attendait initialement que les organismes locaux offrent spontanément leurs services au chef de projet, mais la plupart de ces organismes ont fait défaut, par manque de ressources ou d'organisation efficace.
- Selon les propos du premier directeur de projet, la "coordination horizontale" du développement rural a été freinée par le fait que les diverses autorités voyaient dans le PDRI une source de pouvoir et une menace potentielle à la souveraineté des autres départements. "Nous nous efforçons de les convaincre que nous ne sommes pas un département, mais un programme," a-t-il confié lorsqu'il était en poste.

REFERENCES:

- "Family Planning Education in Action: Some Community-Centered Approaches," Judy el Bushra et Susan Perl, *IEC Broadsheet* #8, International Extension College et IPPF, Londres, 1976.
- "Punjab's Push for Prosperity," John Rowley, *People*, Vol. 2, No. 3, IPPF Londres, 1975.
- "Description of Shadab Pilot Project Chung," document publié par les autorités pakistanaises, non daté.

Clearinghouse on Development Communication
Avril 1978

EXPERIENCE D'ENSEIGNEMENT TELEVISE PAR SATELLITE (SITE)

Inde

AUDIENCE-CIBLE:	Habitants de 2.400 villages d'accès difficile dans les zones sous-développées de six états indiens, et téléspectateurs en zones urbaines et semi-urbaines à Delhi et Amritsar et dans leurs alentours, et dans la région Kheda de Gujarat.
OBJECTIF:	Développer et évaluer le potentiel d'un système d'enseignement télévisé par satellite contribuant au développement national grâce à l'éducation formelle et nonformelle.
MEDIAS:	Diffusion dans les villages d'émissions télévisées en direct par satellite et radio par relais terrestre en milieu urbain.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	L'Organisation de Recherche Spatiale de l'Inde (ISRO); le Ministère de l'information et de la diffusion; le Ministère de l'éducation; l'U.S. National Aeronautics and Space Administration (NASA).
DUREE:	Avec satellite, un an (août 1975 à juillet 1976); actuellement en cours, à l'aide de relais de télévision terrestres, en attendant que le satellite indien soit prêt en 1981.
CONTACTS:	Professeur E.F. Chitnis, Space Applications Centre, ISRO, P.O. Bag 11, Jodhpur Tekra, Ahmedabad 380909, Inde; Professeur Bella Mody, Institute for Communication Research, Cypress Hall, Stanford University, Stanford, CA. 94305, U.S.A.

DESCRIPTION:

En août 1975, après six années de préparation, l'Inde a lancé une expérience gigantesque de soutien au développement national consistant en la diffusion d'émissions télévisées par satellite. Le Satellite Instructional Television Experiment (SITE) ou Expérience d'enseignement télévisé par satellite avait pour objectif essentiel de créer des programmes d'enseignement formel, nonformel et culturel pour les villages des zones rurales difficiles d'accès. La NASA a prêté le satellite ATS-6 à l'Inde pour un an, l'immobilisant au-dessus de l'Océan Indien. Le satellite a permis de diffuser des émissions vers des récepteurs de télévision collectifs placés dans 2.400 villages choisis pour cette expérience (soit un potentiel de 2,8 millions d'auditeurs par jour). L'Organisation de Recherche Spatiale de l'Inde (ISRO) était responsable de l'équipement terrestre de l'expérience; Doordarshan (l'Office national de télévision indien) de la réalisation de la plupart des émissions; et le Centre d'applications spatiales de l'ISRO de l'évaluation du programme.

Les émissions étaient diffusées quatre heures par jour, en quatre langues parmi les 14 principales de l'Inde, soit

en répétant l'émission dans chaque langue soit en utilisant une seconde bande doublée. Les émissions revêtaient des aspects différents: cours magistraux, entretiens, drames, discussions de groupe, chants et danses, marionnettes et réponses au courrier des téléspectateurs.

L'essentiel du temps d'antenne était consacré à des cours pratiques sur l'agriculture, la santé, et le planning familial destinés à une audience généralement adulte. Ces émissions, diffusées pendant deux heures et demie chaque soir, comprenaient un journal d'informations nationales d'une demi-heure en Hindi, et entre 40 minutes et une heure de programmes orientés vers le développement régional, en Hindi, Telegu, Kannada et Oriya. Les émissions qui occupaient la seconde place dans le temps d'antenne étaient destinées à une audience scolaire d'enfants de 5 à 12 ans; les émissions se consacraient plutôt à l'enrichissement pédagogique qu'à des cours formels, insistant sur la formation scientifique. Les émissions scolaires duraient une heure et demie chaque jour (22 minutes et demie dans chaque langue). Les enseignants recevaient quelques consignes d'utilisa-

tion des leçons télévisées et apprenaient à les replacer dans le contexte de l'enfant. Ils recevaient également avant chaque émission un imprimé résumant le programme, des suggestions pour des activités et des affiches murales. Le troisième programme, par degré d'importance, c'est-à-dire la formation des enseignants, prenait place pendant les périodes de vacances scolaires et s'inscrivait dans le cadre d'un cours de plus grande envergure, à base de plusieurs médias et d'autres méthodes de communication pédagogique.

Au nombre des activités ancillaires et "expériences au sein d'une expérience" figuraient un programme de formation pour les agents de vulgarisation agricole et la création d'un laboratoire expérimental sur le terrain destiné à éprouver les techniques de programmation au niveau le plus bas. Les émissions expérimentales en laboratoire étaient diffusées dans un rayon de 40 kilomètres dans la région Kheda à partir d'un émetteur terrestre conventionnel de 1 kw.

Le principal objectif de l'Inde était d'acquérir une expérience globale du développement, de l'essai et de la gestion d'un système d'enseignement télévisé par satellite, et de se préparer ainsi au fonctionnement de son propre satellite. A cette fin, on a mis au point et produit en Inde l'ensemble du matériel terrestre, depuis les équipements électroniques jusqu'au contenu des programmes. Du fait que le satellite ATS-6 émettait des signaux plus puissants que les satellites antérieurs, il a été possible de créer une station terrestre moins puissante et moins coûteuse pour transmettre le signal, que les Indiens ont pu construire avec du matériel essentiellement fabriqué sur place. De même, les 2.400 systèmes de réception en direct, constitués d'une antenne en forme de grillage de trois mètres de diamètre, d'un transformateur et d'un poste de télévision, étaient intégralement fabriqués en Inde, au prix de revient unitaire approximatif de U.S. \$ 1.100. Des bases centrales spéciales de production ont été établies à Cuttack, Hyderabad, et Delhi afin de réaliser les émissions dans des langues et des zones spécifiques sur des bandes vidéo de 2,54 centimètres. Dans chacun des six états, on a érigé quatre centres d'entretien, chargés chacun de veiller au fonctionnement de 100 récepteurs collectifs.

SITE se caractérisait aussi par la vive attention portée aux éléments de recherche et d'évaluation. Des études de profil d'audience et d'évaluation des besoins étaient organisées. Un certain nombre de programmes pilotes étaient conçus et éprouvés dans les villages. En cours de diffusion, l'audience communiquait régulièrement ses réactions relatives à l'impact de l'émission ainsi qu'aux conditions dans lesquelles il lui était donné d'y assister. Etablis dans des villages, sélectionnés six mois avant le lancement de SITE jusqu'à trois mois après sa conclusion, des anthropologues ont mené des études exhaustives sur les habitudes culturelles et les modes de communication, et l'incidence du projet sur eux mêmes. Des sociologues ont réalisé des enquêtes sur l'impact d'une année de télévision sur les adultes des villages. Enfin des psychologues ont étudié les réactions des enfants dans les écoles primaires à la télévision.

RESULTATS:

Peut-être les résultats les plus probants du projet SITE sont rencontrés dans le succès de la collaboration entre les deux principales agences publiques concernées, et dans la démonstration éclatante des capacités techniques et opérationnelles à grande échelle, employant des technologies complexes dans un pays du tiers-monde. Le projet a donné la possibilité à une population géographiquement et socialement éparse d'accéder à un large éventail d'information. Les connaissances se sont accrues de manière statistiquement significative dans les domaines de la santé préventive, du planning familial, de l'élevage, de l'information civique et de la modernisation en général. Bien que les émissions télévisées ne se soient pas substituées aux autres médias, elles ont accru les contacts des villageois avec les agents de vulgarisation au niveau du village. D'une manière générale, les progrès au niveau des connaissances se sont révélés supérieurs chez les analphabètes, les personnes du sexe féminin, les castes inférieures, les groupes à faible revenu, et tous ceux qui ont affirmé suivre les émissions télévisées de manière régulière, en d'autres termes, ceux qui avaient moins accès aux autres sources d'information.

Le volume moyen de l'audience du soir a diminué de 300 personnes le premier mois à environ 50 ou 80 personnes par village une fois l'excitation de la nouveauté apaisée. L'importance de l'audience journalière variait selon les niveaux d'activité agricole et les émissions annoncées pour le soir. L'audience des programmes du soir se composait d'hommes adultes, de femmes adultes et d'enfants dans les proportions respectives approximatives de 50, 30 et 20 pour cent environ. Les petits exploitants agricoles, et les travailleurs agricoles constituaient l'essentiel de l'audience. Il est apparu dans l'étude postérieure que les émissions instructives et celles chargées d'un message avaient plus de succès que les émissions purement divertissantes. En ce qui concerne les émissions scolaires, les enfants exposés aux émissions scolaires en classe ont manifesté des progrès considérables dans leurs moyens d'élocution. Malgré cela, la télévision n'a eu aucune incidence ni sur les inscriptions scolaires ni sur l'absentéisme. Du point de vue technologique, la fiabilité des récepteurs villageois a été supérieure à 90 pour cent après résolution des problèmes initiaux. Les principales stations terrestres étaient fiables à 99 pour cent.

A NOTER:

- Trente-quatre jours avant le lancement des émissions SITE, Indira Gandhi a déclaré l'état d'urgence interne censurant l'ensemble des médias. La plus grande partie du temps l'antenne des journaux télévisés a été monopolisée pour la diffusion d'informations sur l'état d'urgence.
- On a installé 150 postes de télévision fonctionnant sur piles, dans un état, afin de tester un autre mode de réception. On a enregistré moins de malfonctionne-

ments sur ces postes que sur ceux fonctionnant sur secteur.

- Le plan de recherche et d'évaluation du SITE a été approché sous un angle multidisciplinaire, avec la participation de plus d'une centaine de sociologues et spécialistes indiens des médias.
- Deux pour cent du coût total de SITE, soit environ 15-20 millions de dollars, sont imputables au matériel, 9 pour cent à la programmation, 6 pour cent à la gestion ainsi qu'à la coordination, et 3 pour cent à la recherche sociale et à l'évaluation.

REFERENCES:

"Planning for Satellite Broadcasting: The Indian Instructional Television Experiment," de Romesh Chander et Kiran Karnik, UNESCO, 1976.

"The Indian Satellite Instructional TV Experiment: Its Origins, Organization, Messages, and Effects," de Bella Mody, rapport présenté à la Convention annuelle de l'association internationale sur la communication, 1978.

"SITE Teacher Training," *Profil de projet*, Clearinghouse on Development Communication, janvier 1978.

"SITE in India: High Learning Gains, Low Overhead," *Development Communication Report*, n° 19, juillet 1977.

"Planning Development-Communication Software: Lessons from SITE," de Bella Mody, *Development Communication Report*, N° 23, juillet 1978.

Clearinghouse on Development Communication
Septembre 1979

RADIO-MATHEMATIQUES

Nicaragua



AUDIENCE-CIBLE:	Les enfants de l'école primaire au Nicaragua.
OBJECTIF:	Développer un système prototype pour l'enseignement élémentaire du calcul.
MEDIAS:	Radio, renforcée par des cours et une documentation écrite.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Le Bureau d'Assistance Technique de l'Agence des Etats-Unis pour le Développement International; le Gouvernement du Nicaragua.
DUREE:	Commencé en juillet 1973; en cours jusqu'en juin 1979.
CONTACTS:	Ms. Jamesine Friend, Apdo, 122, Masaya, Nicaragua; Dr. Barbara Searle, Education Department, World Bank, 1818 H Street, N.W., D1118, Washington, D.C. 20433 USA.

DESCRIPTION:

Le Projet Radio-Mathématiques est une tentative de programmer et de transmettre des leçons de mathématiques élémentaires qui captivent l'intérêt des enfants. Une partie du projet est l'élaboration de programme. Un autre aspect consiste en la création d'un système d'évaluation du rendement du programme de façon à réviser et améliorer les leçons. Un troisième aspect est l'analyse des concepts mathématiques enseignés par les leçons. Commun aux trois activités est le développement de l'utilisation de la radio comme moyen d'enseignement.

Ce projet démarra en juillet 1973. Une fois que le personnel eut choisi l'endroit, il prépara un plan de recherches détaillé et testa des leçons-type dans certaines écoles de Californie. Au milieu de l'année 1974, le bureau nicaraguayen fut organisé et prépara une série d'étapes pour le programme et des tests. En 1975, 150 leçons commencèrent à être utilisées dans 16 classes expérimentales. Plus de 85 écoliers des premier et deuxième niveaux bénéficièrent des leçons de mathématiques pendant l'été 1976.

Chaque leçon de mathématiques comprend une partie enregistrée d'une durée de 30 minutes et une partie après-enregistrement enseignée par un instituteur aidé d'un guide de deux ou trois pages. Une leçon-type consiste en plusieurs segments d'instruction et de divertissements, presque tous exigeant des élèves environ quatre réponses actives par minute (réponse écrite, réponse orale, chant). Les leçons demandent peu d'explications directes, couvrent beaucoup de sujets et exigent des enfants plusieurs genres de réponses. Les

activités après-enregistrement prennent jusqu'à 30 minutes et demandent l'utilisation du tableau noir. Jusqu'en 1975, des feuilles d'exercices faisaient aussi partie de chaque leçon.

RESULTATS:

Un test donné à la fin de l'année en 1975 indiqua que les enfants des classes qui avaient écouté la série des programmes de mathématiques à la radio avaient un taux de succès de 21 pour cent plus élevé que ceux qui avaient étudié les mathématiques de façon plus traditionnelle. L'évaluation lors de la deuxième année révéla qu'il y avait une différence encore plus grande. Les écoliers de premier niveau avaient un rendement de 60 pour cent plus élevé que ceux du groupe-contrôle tandis que les écoliers du second niveau avaient pris une avance de 29 pour cent. A la fin de l'année scolaire 1975, 73 pour cent des instituteurs participant dirent que les enfants du programme Radio-Mathématiques apprenaient plus qu'ils ne l'auraient fait dans des classes; 92 pour cent déclarèrent souhaiter que le programme continue.

Grâce à l'aide de l'USAID, le Projet Radio-Mathématiques va être continué jusqu'en juin 1979. Des efforts sont en cours portant sur la révision des programmes, sur l'expérimentation de l'enseignement par la radio sans feuilles d'exercices pour réduire les frais, et aussi sur l'élargissement du projet de façon à atteindre les élèves des niveaux plus élevés.

A NOTER:

- Une des leçons dans la série Radio-Mathématiques reçut le Prix Japon à l'occasion du Concours International de Programmes Educatifs; 92 organisations du monde entier avaient soumis leurs projets pour ce concours.
- Le Projet Radio-Mathématiques fut élargi à la demande du Ministère de l'Education du Nicaragua pour répandre la radio scolaire dans trois départements du pays.
- Les élèves doivent répondre activement au moins une fois par minute et durant chaque programmation.
- On utilisa pendant les classes des capsules de bouteilles et d'autres objets faciles à trouver et

gratuits pour aider à apprendre à compter.

REFERENCES:

- "The Radio Mathematics Project: Nicaragua 1974-1975," Barbara Searle, Jamesine Friend et Patrick Suppes, Institute for Mathematical Studies in the Social Sciences, Stanford University, Stanford, California, 1976.
- "Evaluation of the Radio Mathematics Project," Barbara Searle, Paul Matthews, Jamesine Friend et Patrick Suppes, non publié, octobre 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Juin 1977

LA TELEVISION EDUCATIVE ET LA REFORME DE L'ENSEIGNEMENT

El Salvador

AUDIENCE-CIBLE:	Elèves de 13 à 15 ans d'El Salvador.
OBJECTIF:	Donner une éducation publique à tous les jeunes de 13 à 15 ans de façon à augmenter la main-d'oeuvre de niveau intermédiaire au Salvador.
MEDIAS:	Télévision et brochures supplémentaires imprimées.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Le Gouvernement du Salvador (avec l'aide de l'Agence des Etats-Unis pour le Développement International, l'UNESCO, d'autres agences d'aide internationale et les Gouvernements mexicain et japonais).
DUREE:	Une période de plusieurs années. Débuté à la fin des années 1960. A présent en expansion de façon à atteindre les premiers niveaux. On s'attend à ce que le programme aille du niveau un à neuf en 1980.
CONTACTS:	Ms. Ana Maria Merino de Manzano, ETV-El Salvador, Ministère de l'Education, San Salvador, Salvador; Dr. Robert C. Hornik, Associate Professor, Annenberg School of Communications, University of Pennsylvania, 3520 Walnut Street, Philadelphia, Pennsylvania 19104, USA.

DESCRIPTION:

Le projet d'instruction par la télévision au Salvador, mis en oeuvre à la fin des années 1960, faisait partie d'un programme majeur de l'éducation. Initiée par le Président Fidel Sánchez Hernández, la réforme avait pour but de donner à chaque habitant du Salvador la possibilité de bénéficier de ses droits à 9 ans d'éducation gratuite, d'accroître la main-d'oeuvre semi-qualifiée et d'améliorer le système scolaire.

Quand le programme d'instruction par la télévision fut introduit, on changea aussi plusieurs autres éléments qui modifièrent l'impact de la télévision. Le Ministère de l'Education fut réorganisé et eut une autorité centrale plus forte. D'autre part il fut élargi de façon à contenir un bureau de planification. En même temps, le système de supervision des écoles et les programmes d'enseignement furent révisés. Les enseignants du troisième cycle — septième, huitième, et neuvième niveaux — reçurent des congés payés d'un an de façon à pouvoir participer à des activités de recyclage intensif. Les frais scolaires furent abolis, des doubles séances furent introduites, et on établit aussi un système beaucoup plus libéral de promotion, de notation des examens et d'évaluation des étudiants. Tous ces changements encouragèrent ou permirent un accroissement considérable du nombre d'élèves dans les classes.

La télévision transmet l'essentiel des programmes révisés et ainsi contribua de façon majeure à alléger le fardeau des enseignants à partir de février 1969 quand le nouveau système fut initialement utilisé dans 32 classes pilotes du septième niveau. Après cela, de deux à quatre programmes de 20 minutes furent retransmis chaque semaine couvrant cinq matières: espagnol, sciences sociales, sciences naturelles, mathématiques et anglais. Chaque leçon à la télévision fut précédée d'une séance de motivation de 10 minutes conduite par l'enseignant et suivie par une séance de renforcement conduite aussi par un enseignant et durant environ 20 minutes. Les guides pour les instructeurs et les cahiers d'exercices pour les étudiants furent utilisés pour compléter les leçons télévisées.

RESULTATS:

Les comptes rendus du succès de l'utilisation de la télévision comme moyen d'instruction au Salvador varient, bien que le projet soit encore très actif. Une analyse quantitative montra que les connaissances de base des étudiants des classes avec TV augmentèrent de 15 à 25 pour cent par rapport à celles de leurs camarades qui avaient étudié dans des classes tradition-

nelles ou réformées mais sans TV. Les indices qualitatifs sont aussi positifs: les élèves (surtout ceux qui sont désavantagés et lents à apprendre) et les enseignants donnèrent leur appui au projet et furent enthousiastes pour l'utilisation de la TV dans les salles de classe. Bien que l'enthousiasme ait un peu baissé après que la nouveauté de la TV soit passée (à peu près quatre ans après son introduction), les programmes les plus vivants restent populaires.

Certains enseignants et évaluateurs du projet de TV au Salvador croient que tout le potentiel du programme n'a pas encore été réalisé. Les plaintes les plus fréquentes des enseignants sont que la qualité des leçons est inégale. Un évaluateur déclara que le projet du Salvador prouvait la croyance qu'il vaut mieux utiliser la télévision pour présenter de l'information car le professeur ne peut le faire lui-même aussi bien (face à la concurrence de la télévision, certains enseignants l'utilisent comme "garde-enfants" tandis que d'autres décident de ne pas l'utiliser du tout). Finalement, certains évaluateurs déclarent que cette réforme éducative n'a pas été assez bien incorporée au plan de développement général du Salvador, que les élèves dans le programme ne peuvent pas trouver de travail ou de place au niveau d'éducation supérieure — le "Bachillerato Diversificado."

A NOTER:

- La réceptivité des élèves pour l'instruction par la télévision fut plus grande en anglais et en sciences sociales qu'en mathématiques et en sciences natu-

relles. Cependant, les résultats en mathématiques furent meilleurs qu'en sciences naturelles et sociales.

- Opposés au principe de la dépendance sur des experts étrangers pour monter leur nouveau programme de TV, les dirigeants du Salvador insistèrent pour que la population locale ait une responsabilité majeure dès le début.
- En juillet 1971, les enseignants du Salvador se mirent en grève. Quoique l'augmentation du travail due en partie à l'utilisation de la télévision dans les classes ne fut pas un élément du conflit, certains enseignants prenant part à la grève mentionnèrent ce fait.

REFERENCES:

- "Reform and Investment Priorities for Formal Education in El Salvador," Arthur K. Burditt III, Princeton University, Princeton New Jersey, 1976 (non-publie).
- "Reconsidering the Use of Television for Educational Reform: The Case of El Salvador," Henry T. Ingle, *Educational Television: A Policy Critique and Guide for Developing Countries*, Robert Arnove, éditeur, Praeger Publishers, New York, New York, 1976.
- "Educational Reform with Television: The El Salvador Experience," John K. Mayo, Robert C. Hornik et Emile G. McAnany, Stanford University Press, Stanford, California, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Juin 1977

EDUCATION ET RESSOURCES HUMAINES

RADIO SANTA MARIA

République Dominicaine

AUDIENCE-CIBLE:	Adultes des couches défavorisées en zone urbaine et rurale de la République Dominicaine.
OBJECTIF:	Promouvoir un enseignement primaire et intermédiaire de meilleure qualité et meilleur marché que celui du système scolaire traditionnel.
MEDIAS:	Radio, imprimés et communication interpersonnelle.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Subvient en grande partie à ses propres besoins, soutien minime des pouvoirs publics de la République dominicaine et apport de fonds privés.
DUREE:	Commencé en 1970; activités en cours.
CONTACTS:	Director, Radio Santa María, La Vega, Dominican Republic. Dr. Robert A. White, Research Director, Center for Study of Commerce and Culture, 221 Goldhurst Terrace, London NW6 3EP, England.

DESCRIPTION:

Lancée en 1964 sous l'égide de l'Eglise Catholique de la République Dominicaine, *Radio Santa María (RSM)* a concentré ses efforts éducatifs initiaux sur un programme d'enseignement de base qui a permis d'instruire plus de 25.000 adultes en six ans. Une évaluation des besoins a permis de définir l'orientation à suivre à partir de 1970: programmes délivrant des certificats d'études aux niveaux primaire et intermédiaire.

Inspirée du modèle de l'ECCE (*Emisora Cultural de Canarias* ou Emission culturelle des Canaries) l'école radiophonique créée en Espagne en 1965, *Radio Santa María* fonctionne à l'aide de trois supports éducatifs: livres de classe, émissions radiophoniques et enseignants sur le terrain. *RSM* s'efforce également d'intégrer les principes d'éducation continue — au long de notre vie — l'application des enseignements dispensés à l'école se rapportant aux besoins de la vie courante — dans les programmes de cours traditionnels. C'est ainsi que les cours de mathématiques, d'espagnol et instruction civique sont illustrés chaque semaine par des "thèmes centraux" tirés de la vie quotidienne rurale. L'exploitation et la dépendance de l'homme ont été parmi les thèmes utilisés.

Les cours du jour et du soir offrent de la musique et des programmes d'éducation fonctionnelle en agriculture, santé et planning familial, mais les émissions diffusées entre 19 et 21 heures du lundi au vendredi sont réservées aux cours supérieurs. A ces heures d'écoute, où cinq autres stations radiophoniques commerciales et

religieuses augmentent son champ de diffusion, *RSM* atteint dans la nation entière. Chaque soir des cours sont transmis pour quatre classes différentes, d'une demi-heure d'antenne chacune. Une heure d'antenne comporte quatre leçons de sept minutes. L'étudiant zélé utilisera les temps morts pour approfondir son travail et remplir les feuilles d'exercice. L'essentiel des cours est assuré par des équipes mixtes; les deux membres de l'équipe jouent le rôle de l'étudiant et du professeur, faisant une pause entre les questions et les réponses afin de laisser aux auditeurs à domicile le temps de trouver les réponses.

Le samedi, les étudiants se réunissent à travers le pays, généralement par groupes de 20, pour des séances de deux heures dans un centre local avec un enseignant sur place. Les feuilles d'exercice dûment remplies sont collectées (pour être corrigées et rendues la semaine suivante), les étudiants posent leurs questions et le thème central est abordé. Chaque étudiant achète finalement le paquet de six à huit feuilles d'exercices de la semaine suivante, moyennant U.S. 25 cents (dont 15 sont destinés à l'enseignant sur le terrain).

Selon une enquête menée en 1975, la plupart des 20.000 étudiants inscrits aux cours de *Radio Santa María* sont de jeunes adultes célibataires — des jeunes de 18 ans dont le potentiel éducatif est limité par leur environnement rural. Les enseignants en place sont aussi jeunes que leurs élèves; mais ils doivent avoir maîtrisé plusieurs années de formation supérieure par rapport au niveau qu'ils enseignent.

La méthodologie mise au point par *Radio Santa María* selon les principes de la formation permanente est en rupture avec celle plus conventionnelle de l'apprentissage par mémorisation. Les programmes de *RSM* insistent sur les aspects de l'éducation qui aident l'individu à affronter son environnement. Par l'accent qu'elle met sur le contexte social de l'étudiant, cette approche contraint le personnel enseignant à s'écarter des conventions et à se comporter en égal avec les étudiants, cherchant et découvrant ensemble au lieu de déverser le flot de connaissances sur eux. On espère qu'une telle expérience scolaire renforcera la propre estime de l'étudiant et facilitera son adaptation à l'environnement qui est le sien.

RESULTATS:

En 1975, une étude d'échantillons stratifiés proportionnels d'étudiants adultes a fourni une comparaison de résultats obtenus par des étudiants de *Radio Santa María* à des examens type, et des adultes ayant suivi des cours conventionnels. D'une manière générale, les étudiants des cours radiophoniques (qui ont suivi des cours adaptés à la vie rurale) ont obtenu à ces examens normalisés des résultats équivalents ou supérieurs à ceux de leurs semblables instruits selon des méthodes conventionnelles. Il semble que les programmes innovateurs de *RSM* aient stimulé la participation de groupe des étudiants. Les résultats des étudiants à l'examen étaient directement liés au niveau de compétence des enseignants sur le terrain, ce qui donne à penser que les enseignants sur place de *RSM* sont les outils indispensables du matériel radiophonique et écrit. Les étudiants de *RSM* ont besoin de moins d'heures de cours car ils ont la possibilité d'apprendre à un rythme accéléré. Un étudiant peut donc achever l'équivalent de huit années de cours en quatre ans.

Les coûts d'exploitation se sont maintenus à un niveau raisonnable grâce à une organisation centrale apparemment efficace, composée d'un directeur et de six responsables de programmes qui répartissent chaque semestre 12.000 étudiants entre 520 enseignants sur place et grâce aux dispositions spéciales d'hébergement, de diffusion, et d'approvisionnement de fournitures. Le système extra-scolaire de *RSM* coûte U.S. \$25 par étudiant par année scolaire, alors que chaque étudiant coûte U.S. \$39 dans le système traditionnel d'enseignement pour adultes. Tandis que les prix de revient

unitaire augmentent en proportionnels du nombre d'étudiants inscrits dans les écoles traditionnelles, c'est l'opposé dans le cadre de l'approche radiophonique. Si 40.000 étudiants s'inscrivaient chaque année au *RSM*, on estime que le prix de revient par étudiant tomberait en dessous de U.S. \$20. Les cotisations des étudiants (environ U.S. \$7 par cours) financent 60 pour cent du budget annuel de *RSM*. Le reste des dépenses est subventionné par les pouvoirs publics et les donations privées.

A NOTER:

- Sachant que l'investissement de chaque cours représente approximativement quatre journées de travail au salaire minimal, les étudiants bien conscients de l'étendue des responsabilités de leur instructeur sur le terrain ne sont pas longs à notifier l'administration centrale si ce dernier ne corrige pas les feuilles d'exercice ou tarde à envoyer les cotisations hebdomadaires.
- Afin de permettre aux coordinateurs du programme de conserver leur autonomie de décision stratégique, on a limité la dépendance financière vis-à-vis des institutions internationales à la mise en place de l'infrastructure. Le matériel éducatif est en grand partie auto-financé.
- Le nombre de feuilles à imprimer chaque semaine est déterminé à partir des fiches d'inscription de la semaine précédente, afin d'éviter les excédents d'impression et de limiter les dépenses.
- Concentrée à l'origine dans la région du Cibao au centre-nord de la république dominicaine, *Radio Santa María* est à présent accessible en tous points du pays, à l'exception d'une zone de faible étendue au sud-ouest.

REFERENCES:

- "An Alternative Pattern of Basic Education: Radio Santa María," Robert A. White, *Experiments and Innovations in Education*, N° 30, UNESCO, Paris 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Octobre 1977

EDUCATION ET RESSOURCES HUMAINES

UNITE DE COURS PAR CORRESPONDANCE

Kenya

AUDIENCE-CIBLE:	Enseignants kényens d'école primaire, employés publics, membres du personnel d'organisations privées et autres adultes.
OBJECTIF:	Fournir une instruction en cours d'emploi aux enseignants d'école primaire dotés de qualifications insuffisantes ou nulles, ainsi qu'à d'autres adultes ayant besoin d'une formation supplémentaire.
MEDIAS:	Documents, radiodiffusion, communications interpersonnelles.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Autorités kényennes, Université de Nairobi et Agence des Etats-Unis pour le développement international (jusqu'en avril 1971).
DUREE:	Commencé en 1967; activités en cours. Peter Kinyanjui, Correspondence Course Unit, Institute of Adult Studies, University of Nairobi, P.O. Box 30688, Nairobi, Kenya; Simeon Ominde, Education Department University of Nairobi.

DESCRIPTION:

L'Unité de cours par correspondance (UCC) a été proposée en 1964 et créée en 1967, lorsqu'il est apparu clairement que le programme d'éducation pour enseignants du Kenya d'après l'indépendance ne pouvait satisfaire la demande croissante du pays en enseignants qualifiés. Après que la Commission du Kenya pour l'éducation eût effectué une évaluation des besoins, la priorité absolue de l'UCC a été accordée aux cours visant à perfectionner les compétences des enseignants d'école primaire, dont plus de 25 pour cent (10.500 à 38.000) n'avaient ni les moindres qualifications professionnelles ni certificats, et à les qualifier pour une promotion. A ces cours appelés Cours préparatoires à l'examen du secondaire inférieur du Kenya (ESJK), s'est ajoutée en 1969 une autre série pour enseignants dépourvus de toute formation antérieure: le cours pour enseignants non qualifiés (ENQ) comprend une phase préliminaire de formation aux méthodes pédagogiques et une phase secondaire consacrée à l'amélioration des connaissances d'anglais, de mathématiques, d'histoire ou de géographie que possède le professeur. Les étudiants inscrits à la section ESJK étudient chez eux, à temps partiel jusqu'à ce qu'ils passent des examens dans cinq branches. Les élèves qui fréquentent les cours ENQ suivent trois sessions brèves en internat, durant les vacances scolaires, au cours de leur première année d'étude, et étudient seuls, à temps partiel, durant la seconde année; les étudiants non formés ne doivent passer des examens que dans trois branches.

Chaque cours UCC se divise en quatre composantes. L'une consiste en divers documents imprimés, des guides d'étude, des textes, des cartes, etc., auxquels s'ajoutent des instruments simples et des jeux d'expérimentation scientifique. La radio qui reprend et complète la portée des documents graphiques, représente la seconde composante, tandis que la troisième composante se situe au niveau de la correspondance avec les professeurs des cours secondaires et de l'université évaluant le travail écrit. La dernière composante est l'enseignement face à face qui se déroule en majeure partie au cours des sessions résidentielles qui se tiennent à l'Institut des études pour adultes de l'Université de Nairobi, durant les congés scolaires.

L'étudiant UCC effectue son propre choix quant à l'emploi de la radio et des documents imprimés. En règle générale, les cinq heures hebdomadaires de programmes radiodiffusés sont destinées aux étudiants plus lents ayant besoin d'une seconde occasion pour assimiler l'enseignement. Le professeur à la radio oblige les élèves plus lents à résumer et mettre l'accent sur les parties importantes de la matière, en anticipant parfois les questions des étudiants et en offrant des exemples et des explications supplémentaires. Les étudiants qui ont maîtrisé les connaissances enseignées (mesurées en fonction d'exercices d'auto-examen incorporés dans les guides d'étude) ont le choix d'écouter ou non les émissions radiophoniques. Toutefois, la radio offre des

services indispensables tant aux élèves lents qu'aux élèves rapides; elle diffuse des modèles corrects de prononciation pour les étudiants en langue, encourage un rapport étroit entre professeurs et étudiants dans un cadre d'apprentissage qui pourrait être autrement exempt d'élément humain, et elle fournit un divertissement musical. De manière accidentelle, les émissions *UCC* de la voix du Kenya a en fait attiré une audience d'étudiants dont le nombre approximatif se situe entre 300.000 et 800.000 adultes) qui ne sont pas inscrits au programme et dont l'envergure a encouragé les programmateurs *UCC* à satisfaire leurs besoins.

Les programmes de formation en cours d'emploi pour les enseignants d'école primaire continueront à se développer étant donné que depuis 1974 l'enseignement primaire est gratuit pour tous les Kényens. Tandis que le nombre d'enseignants non qualifiés d'école primaire avait été réduit à 12.000 en fin de 1973, environ 25.000 personnes du même genre avaient dû être engagées en 1976 (en même temps que tous les enseignants qualifiés disponibles). Bien que le Plan de développement du Kenya pour les années 1974-78 recommande l'adoption d'une méthode d'attaque de force (connue sous le nom de "Programme de formation pour enseignants 1 + 2") en vue de satisfaire ces nouveaux besoins, il précise également que les "cours par correspondance et les programmes radiophoniques doivent rester la pierre angulaire de l'enseignement en dehors des établissements scolaires."

RESULTATS:

Une évaluation de cinquième année du projet *UCC* effectuée par un étranger, et basée sur les données obtenues par un questionnaire, a illustré qu'environ 60 pour cent des problèmes relatifs à l'étude, éprouvés par les étudiants, étaient imputés à l'environnement. Ces obstacles à l'étude couvraient l'absence de temps ou d'endroit adéquat pour étudier, ainsi que les problèmes personnels et familiaux. En revanche, 10 pour cent étaient limités par des difficultés de nature pédagogique. Le même évaluateur a déterminé que le taux d'abandon était de l'ordre de 15 à 25 pour cent, contre 70 pour cent pour des étudiants inscrits aux écoles par correspondance situées en dehors du pays, mais fonctionnant au Kenya.

Depuis 1978, les performances de l'ensemble des étudiants subissant les examens ESJK ont été comparées. Celles-ci ont révélé que les participants *UCC* obtiennent constamment des résultats supérieurs aux autres candidats. Par exemple, en 1970, alors que la moyenne de réussite se chiffrait à 15 pour cent, le pourcentage des étudiants *UCC* passant avec succès l'examen auquel ils se présentaient se chiffrait à 51 pour cent.

Au début des années 1970, une évaluation du programme ENQ a été conduite dans le but de découvrir si le niveau académique et professionnel des diplômés du programme était comparable à celui des diplômés des collèges pour enseignants. Lors d'une enquête effectuée sur les étudiants ENQ, 99 pour cent d'entre eux jugeaient que leur performance en salle de

classe s'était améliorée grâce à la formation *UCC*. Ces résultats ont été confirmés lors d'un sondage couvrant les responsables de la formation des diplômés ENQ, qui ont précisé que 95 pour cent des enseignants avaient enregistré de progrès professionnels importants. A leur tour, les étudiants des enseignants récemment formés ont obtenu des résultats supérieurs à leur collègues lors des examens au niveau national.

Malgré ces résultats positifs, le programme ne peut être jugé un succès sans limite jusqu'à ce qu'une étude exhaustive soit effectuée sur les capacités d'enseignement de ses diplômés, mesurées en salle de classe. De surcroît, savoir si les cours par correspondance représentent le meilleur moyen d'enseignement aux professeurs est une question sans réponse.

A NOTER:

- L'*UCC* dispose de ses propres installations d'imprimerie, reproduction, reliure et d'expédition de ses supports de cours. Ses installations de production comportent un studio d'enregistrement et un petit laboratoire de science.
- Une enquête menée en 1968 a révélé que 90 pour cent de tous les participants *UCC* étaient des enseignants. Le pourcentage restant comprenait des employés de bureau, des mères de famille, des agriculteurs, des représentants de la police et des forces armées, et autres travailleurs.
- Les inscriptions à l'*UCC* sont ouvertes toute l'année, et les étudiants ont la possibilité de travailler plus ou moins à leur propre rythme.
- L'étudiant typique *UCC* est âgé de 21 à 40 ans, est marié, est père de plus de quatre enfants ou fait vivre des personnes à charge et n'est guère susceptible de posséder une radio ou de nombreux livres, d'acheter régulièrement un journal ou de posséder un domicile ayant l'électricité.
- En réponse directe au succès connu par l'*UCC*, plusieurs organisations kényennes ont décidé de parrainer conjointement une expérience multi-médias faisant appel à la radio, aux films et aux journaux en collaboration avec des groupes de discussion organisés dans les régions rurales. En cas de succès, cette expérience deviendra un programme à long terme au niveau national.
- L'*UCC* offre quelques cours aux étudiants aveugles. Ces étudiants peuvent se procurer les émissions sur cassettes ainsi que les documents écrits en braille.
- Autant qu'on sache, aucun des diplômés de l'*UCC* n'a changé de carrière après avoir achevé le cours.
- Dans le programme actuel, l'emploi de la radio d'une part perpétue la tradition orale de l'Afrique, et d'autre part présente une amélioration sur les enseignements, souvent désuets, dispensés en Afrique de l'Est par les écoles de correspondance américaines et britanniques.

REFERENCES:

"In-Service Training of Teachers through Radio and Correspondence in Kenya," Peter E. Kinyanjui, *Radio for Education and Development*, Volume I, document de travail des services de la Banque Mondiale N° 266, Spain, Jamison et McAnany éditeurs, mai 1977.

Correspondence Education in Africa, Kabuasa et Kaunda, éditeurs, Routledge Kegan Paul, Ltd. 1973.

(Bien qu'il soit de coutume au Clearinghouse de demander aux personnes familiarisées avec les projets décrits dans la présente série, d'examiner le texte préliminaire des profils, les efforts ardues visant à obtenir de tels commentaires, avant la date limite de publication, se sont en l'occurrence révélés vains.)

Clearinghouse on Development Communication
Janvier 1978

EDUCATION ET RESSOURCES HUMAINES

FORMATION D'ENSEIGNANTS PAR SATELLITE, (SITE)

Inde

AUDIENCE-CIBLE:	48.000 professeurs de science dans les écoles primaires des six états situés dans la zone d'émission du satellite ATS-6.
OBJECTIF:	Améliorer l'efficacité des méthodes d'enseignement des professeurs de science en introduisant la méthode scientifique, en enrichissant le contenu des programmes de science et en encourageant les travaux pratiques en classe.
MEDIAS:	Satellite, télévision, imprimés, radio, communication interpersonnelle.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Centre pour la technologie pédagogique (CTP) rattaché au Conseil national de la recherche et de la formation pédagogique en Inde.
DUREE:	1975-1976, en utilisant le satellite l'année des essais; en cours (avec d'autres technologies de soutien).
CONTACTS:	Professeur Vijaya Mulay, Principal, Indian Centre for Educational Technology, Sri Aurobindo Marg, New Delhi 110016, India; Professeur Snehlata Shukla, Assistant Principal, CET.

DESCRIPTION:

En août 1975, l'Inde lançait une expérience d'éducation de masse qui devait durer un an, diffusant par satellite une série de programmes de développement télévisés. L'Inde a emprunté l'ATS-6 de la NASA, qui a immobilisé le satellite au dessus de la Mer des Indes en un point d'où il pouvait atteindre six des vingt-deux états de l'Inde: 2400 villages situés dans des zones rurales d'accès difficile ont participé à l'expérience d'enseignement télévisé par satellite ("SITE"). Le programme avait pour objectif d'éprouver la capacité du pays à réaliser et utiliser la télévision de manière éducative dans divers domaines: l'agriculture, la santé, le planning familial, l'enseignement primaire, la formation des enseignants et l'animation rurale.

Le Centre pour la technologie pédagogique (CTP) a préparé les matériels d'enseignement du projet SITE: 13 films (d'une durée unitaire de 22,5 minutes), 12 émissions radiophoniques (de 20 minutes chacune), des consignes pour les enseignants sur la façon de diriger 24 heures de travaux pratiques en classe et des imprimés pour l'étude personnelle. Le CTP a par ailleurs organisé des séances de formation pour 3.000 tuteurs choisis parmi les étudiants du second cycle universitaire scientifique qui enseignaient dans les lycées ou suivaient des cours de formation pédagogique. Le CTP a veillé à ce que les travaux pratiques puissent se dérouler sans l'aide de laboratoires véritables ni de matériel coûteux.

Il a également mis en place un système de formation simultanée d'environ 24.000 enseignants. A cet effet, le CTP a fait appel à 60 personnes familiarisées avec la philosophie et le matériel du programme pour former les 3.000 tuteurs (et s'assurer qu'au moins 2.400 d'entre eux seraient prêts) qui à leur tour auraient la tâche de former les enseignants.

La journée de formation était organisée autour des programmes de télévision, réalisés en quatre langues et diffusés par satellite vers les postes récepteurs munis d'antennes surdimensionnées installées dans les villages, tandis que les émissions étaient également transmises par radio. Des documents imprimés étaient prévus pour accompagner ces émissions, mais la pluie et le mauvais état des routes rendait parfois leur distribution épineuse. Pour consolider le fonds et la forme des programmes, les émissions étaient suivies par des discussions sous la direction des enseignants. Ensuite, deux heures et demie étaient réservées aux travaux pratiques, sur lesquels on insistait, du fait que les enseignants de milieu rural, non accoutumés aux travaux expérimentaux, craignent de perdre la confiance des étudiants à cause d'expériences qui pourraient échouer. Les responsables du programme firent un effort concerté à démontrer que la méthode scientifique — dont le directeur du programme avait expliqué qu'elle reposait sur l'observation des faits, la formula-

tion du problème, l'organisation des connaissances, l'identification des causes et solutions possibles du problème, l'expérimentation des possibilités et le choix d'une solution — s'applique à de nombreuses situations.

Le propos du programme de formation était multiple. Il visait essentiellement à évaluer l'importance de l'approche expérimentale dans l'enseignement des sciences, à inculquer aux étudiants l'esprit de la recherche scientifique, insister sur le fait que les travaux pratiques peuvent se passer de laboratoire, que la méthode scientifique aide les enfants à résoudre des problèmes. Enfin, le programme insistait sur la nécessité d'intégrer la méthode scientifique de résolution de problème dans l'environnement de l'enfant lequel doit être considéré comme une sorte de laboratoire. L'apprentissage par la pratique, la participation en classe, le travail de groupe et les visites documentaires étaient également mis en valeur. Ces messages étaient transmis à l'aide des moyens d'expression variés selon celui le mieux approprié pour transmettre le message.

RESULTATS:

Le CTP a réalisé trois études sur son projet de formation des enseignants. Deux se rapportaient aux programmes de formation offerts en octobre 1975 et juillet 1976; le troisième a été mené dans un environnement contrôlé. Chacune de ces trois études a révélé des acquisitions positives de connaissances des sujets et des méthodes pédagogiques. Ces progrès allaient de 10 pour cent en situation réelle à 40 pour cent sous contrôle des variables. D'une manière générale, les évaluations ont témoigné de la bonne réception du programme de formation par les enseignants d'école primaire.

De même que les gains en connaissance et en compréhension des méthodes, on a également observé des modifications de comportement en classe. Il semble que les enseignants ayant suivi la formation du projet organisaient plus de travaux pratiques dans leurs classes et s'efforçaient de faire participer leurs élèves en classe. Il convient de noter cependant que les élèves posaient peu de questions de leur propre initiative.

Une fois que le succès de ce projet fût connu, s'est répandue, les éducateurs dans les régions qui n'avaient pas accès à ce programme de formation se sont mis à demander le matériel et les autres types d'aide à l'enseignement afin d'organiser des programmes similaires dans les autres états.

A NOTER:

- Un système rétroactif a été mis en place afin de

mettre à profit les observations des enseignants pendant les séances de formation. Il consistait en une correspondance active entre les diplômés du programme et le CTP. De nombreux enseignants ont fait part de leurs problèmes au CTP, lui demandant conseil. Le centre intègre ces réactions dans l'élaboration des programmes à venir.

- La presque totalité de l'équipement électronique utilisé pour le programme a été réalisée en Inde, exception faite du satellite, ainsi que les émissions télédiffusées.
- Bien que l'ATS-6 ait quitté l'Inde en juillet 1976, le programme de formation des enseignants est toujours en service. La télévision et les émissions radiophoniques ont été remplacées respectivement par des films et des bandes magnétiques.
- Les organismes qui ont participé au projet SITE commencent à publier les rapports officiels relatifs aux résultats de ce projet. On peut se procurer les rapports d'évaluation du programme de formation des enseignants auprès du CTP.
- L'ATS-6 en prêt à l'Inde par la NASA pour le projet SITE émet des signaux plus puissants que les satellites qui l'ont précédé. Il nécessite donc des stations au sol relativement peu coûteuses, simplement munies d'antennes faites de grillage de trois mètres de diamètre faciles à monter. Il s'ensuit que le prix de revient des stations au sol est resté relativement faible pour les autorités indiennes.
- L'ATS-6 est le sixième et dernier d'une série de satellites américains destinés à éprouver, entre autres, la diffusion d'émissions éducatives à des populations de zones rurales éloignées. Ce satellite a servi en 1974 à une expérience de distribution de soins médicaux pendant un an en Alaska. Il a permis d'établir une liaison par télévision entre deux cliniques d'accès difficile, un hôpital rural et l'hôpital de base.

REFERENCES:

"Site in India: High Learning Gains, Low Overhead," *Development Communication Report*, N° 19, juillet 1977.

Entretiens conduits par le Clearinghouse avec les professeurs Vijaya Mulay et Snehlata Shukla, le 7 mai 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Janvier 1978

EDUCATION ET RESSOURCES HUMAINES

CENTRE D'INSTRUCTION A DISTANCE DU LESOTHO

Lesotho

AUDIENCE-CIBLE:	Les Basotho (habitants du Lesotho), en particulier la population rurale.
OBJECTIF:	Utiliser des méthodes d'instruction à distance pour fournir aux habitants du Lesotho une éducation pratique, et fournir assistance à d'autres organisations engagées dans l'éducation ou la formation.
MEDIAS:	Documents et radio appuyés par des communications interpersonnelles.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Autorités du Lesotho; Formation pour l'auto-suffisance (Banque mondiale); le Collège international pour la vulgarisation; Service universitaire mondial; Education mondiale; Aide chrétienne; les Autorités irlandaises; les Autorités danoises; l'UNICEF; l'Organisation des Pays-Bas pour la coopération internationale; le Fonds international pour les échanges universitaires; l'Agence pour les services personnels d'outre-mer; et d'autres.
DUREE:	Créé en 1974, activités en cours.
CONTACTS:	Director, Lesotho Distance Teaching Centre, P.O. Box MS 781, Maseru, Lesotho; James Hoxeng DS/EHR/U.S. AID, Washington, D.C. 20523, USA.

DESCRIPTION:

Le Centre d'instruction à distance du Lesotho (CIDL) a été conçu et créé par le Collège international pour la vulgarisation, suite à une demande formulée par le Ministère de l'éducation du Lesotho, en 1974. Bien qu'étant un organisme public, le CIDL fonctionne principalement comme une école par correspondance, fournissant des cours radiodiffusés et écrits destinés à des étudiants qui ne peuvent ou ne désirent pas fréquenter les cours conventionnels. Les priorités absolues du Centre consistent à utiliser les talents et les ressources indigènes, à maintenir une flexibilité institutionnelle, à résoudre les problèmes locaux, et à s'intégrer dans autant d'aspects de la vie communautaire que possible.

Le Centre comprend plusieurs départements: Administration et finances, Recherche/rédaction/édition, Présentation, Production, et Radio. De manière typique, tous les départements jouent un rôle dans chaque projet, ce qui permet à presque tous les membres du personnel de se familiariser avec l'éventail complet des activités du Centre. Ces activités se divisent en quatre chapitres de base, qui sont néanmoins liés. La première catégorie consiste à élaborer et à produire des documents d'instruction destinés à diverses organisations publiques

et privées (par exemple: le Bureau des statistiques, l'Association pour le planning familial du Lesotho, les Services catholiques d'aide). Normalement, dans le cadre de cette fonction, l'organisation cliente qui doit évaluer ses besoins, s'adresse au Centre (jouant le rôle de supervision) qui fournit des conseils et évalue les coûts avant d'entamer la formation d'étudiants, ou la mise au point et l'épreuve des matériaux. La seconde consiste à aider les étudiants à étudier sur une base privée pour des certificats de niveau intermédiaire (après trois années d'éducation secondaire), et "O" (après cinq années d'éducation secondaire). Le Centre offre des cours en mathématiques modernes, en comptabilité ainsi qu'en commerce, en anglais et en agriculture. Ces cours comportent l'utilisation de documents écrits, de diffusions radiophoniques, de sessions intensives d'instruction en fin de semaine, ou tous les trois. La troisième activité, qui se trouve encore à l'état préliminaire, répond aux besoins de base en matière d'éducation qu'éprouvent les jeunes (en particulier les garçons) qui ont quitté prématurément l'école. Les premiers efforts effectués dans cette direction comprennent la mise au point de jeux visant à perfectionner pour chaque joueur les aptitudes à lire, écrire, et compter, la réalisation

d'enquêtes et de recherche de base tendant à définir les besoins et les problèmes du dit groupe et l'élaboration d'une proposition (que l'UNICEF a accepté de financer en partie) pour la rédaction de documents d'instruction ayant un intérêt pour le groupe envisagé et d'autres catégories dissidentes. La quatrième activité consiste en la rédaction de livrets sur des sujets pratiques tels que la cuisine et les premiers secours destinés à être distribués à la population adulte rurale. Un paiement, souvent nominal (5 centimes EU dans le cas du livre de cuisine), est versé pour tous les services du Centre, ce qui est justifié par l'auto-gestion et non le profit.

Le *CIDL* fournit des efforts tout particuliers en vue d'aider les écoles publiques à se servir de ses documents. Il encourage les enseignants non qualifiés d'école primaire à s'inscrire aux cours de certificat intermédiaire en leur offrant une réduction des droits d'inscription. Dans le domaine expérimental, le *CIDL* a également distribué trois de ses jeux d'étude, récemment mis au point, à des enseignants d'école primaire. Au niveau de l'école secondaire, les enseignants qui assument en plus l'instruction pour le *CIDL* affirment à l'unanimité que la formation et les documents de cours qu'ils reçoivent au Centre les aident à mieux enseigner en classe. De surcroît, certaines écoles secondaires disposent de documents *CIDL* pour certificats intermédiaires dans leurs bibliothèques, et d'autres ont incorporé les émissions *CIDL* dans des cours dispensés régulièrement.

Depuis 1976, le *CIDL* est graduellement passé sous les auspices des autorités. Devenu maintenant un projet officiel du Ministère de l'éducation, le *CIDL* engage un nombre croissant de personnel Basotho aux échelons administratifs supérieurs et s'est installé dans de nouveaux locaux sur le campus polytechnique de Lerotholi.

RESULTATS:

Le *CIDL* consacre plus de temps et emploie d'autres ressources à l'évaluation des besoins de ses bénéficiaires qu'à l'évaluation des résultats définitifs de ses supports. L'évaluation qui a lieu, tend à être effectuée sur la base intrinsèque de chaque projet, et des rapports très intéressants judicieusement rédigés (qui sont disponibles au public aux frais d'expédition) servent de guide à d'autres organismes destinés à la planification en matière d'éducation et de développement. Un échantillon de ces rapports présente un aperçu des méthodes de recherche du Centre, ses priorités ainsi que l'étendue de ses intérêts mais ne fournit pas de mesure précise quant à l'impact imputable au *CIDL*.

Certains projets du *CIDL* ont été évalués en termes quantitatifs. Par exemple, un questionnaire rempli par les infirmières des cliniques parrainées par les Services catholiques d'aide, a révélé que 20.000 copies du livre de cuisine produit par le Centre pour le SCA avaient été vendues avant avril 1976; que les infirmières considéraient que les livres devraient être distribués à toutes les femmes (non seulement aux patientes des cliniques); que la quantité de recettes culinaires devait être

augmentée; qu'un volume plus grand de recettes devraient faire appel à des ingrédients uniquement cultivés chez soi et qu'il y avait lieu de fournir un plus grand nombre de recettes simplifiées. (Une enquête parallèle effectuée parmi les acheteurs des livres de cuisine a confirmé ces conclusions qui ont formé la base des révisions apportées à la seconde publication de 10.000 livrets).

Le personnel du *CIDL*, qui se chiffrait à six personnes en 1974, était passé à quarante en 1977. Durant cette période de trois années, le volume de projets auxquels le *CIDL* participait dans une seule année, a été porté de un en 1974 à quatre en 1977. De même, sa base économique est devenue plus solide: durant la première année d'exploitation, la balance des crédits et des dettes avoisinait 30.000 dollars; à la fin de sa troisième année, le budget d'exploitation avait été majoré par le facteur cinq, et il avait un petit excédent pour commencer la nouvelle année. Les inscriptions des étudiants dans toutes les branches sont passées de 50 en 1974 à 840 en 1977 tandis que le nombre d'organismes qui ont passé des contrats avec le Centre a été augmenté de deux à dix. Au cours de 1977, environ 20.000 livrets ont été distribués à titre individuel et à des groupes.

A NOTER:

- REKA ("Marché" qui se fonde sur le jeu "Mercado" de l'Université du Massachusetts), un des jeux mis au point par le *CIDL* pour promouvoir l'aptitude à compter, se compose de deux paquets de cartes, l'un représente de l'argent et l'autre symbolise des produits familiers. Le jeu possède deux niveaux de difficultés, dont l'un correspond en général à des compétitions de marchandage amical entre le joueur détenant le rôle de commerçant et les "consommateurs".
- Le *CIDL* effectue des recherches portant sur ses activités. Des publications typiques couvrent "Une épreuve de la meilleure manière de présenter une leçon de correspondance"; "L'alphabetisme au Lesotho" et "Une expérience avec des messages éducatifs radiodiffusés." Une importante publication du *CIDL* s'intitule "Comprendre l'imprimé", la poursuite des travaux de Holmes, Fuglesang et autres sur les manières dont les habitants ruraux assimilent des illustrations et des textes écrits.
- Un problème auquel le *CIDL* se voit constamment confronté en tant qu'organisme public, est de survivre financièrement pendant les délais nécessaires pour le financement des projets autorisés.
- Le *CIDL* a conçu et édité des manuels, un bulletin d'information et une affiche pour les fonctionnaires du Projet de développement rural Thaba Bosiu, chargés de la commercialisation de semences améliorées et d'engrais dans les parties rurales du Lesotho. Il a également mis au point huit émissions radiophoniques, chacune d'une durée d'une minute, pour le projet, et a publié un rapport succinct d'évaluation relatif à l'effort global.

REFERENCES:

Rapports non intitulés, Centre d'instruction à distance du Lesotho, 1976 et 1977.

Understanding Print, Centre d'instruction à distance du Lesotho, juillet 1976.

Growth Centers in Lesotho, Elize Moody, Communication de l'Institut d'Afrique, N° 29, Pretoria, 1975.

"Catholic Relief Services Booklet Evaluation," Centre d'instruction à distance du Lesotho, janvier 1977.

"Games to Learn By," Centre d'instruction à distance du Lesotho, non daté.

Clearinghouse on Development Communication
Janvier 1978

EDUCATION ET RESSOURCES HUMAINES

TELE-NIGER

Niger

AUDIENCE-CIBLE:	Enfants nigériens entre sept à douze ans (approximativement 700 enfants durant la phase pilote et 9.000 enfants en 1975).
OBJECTIF:	Fournir aux enfants ruraux une éducation destinée à les armer pour la vie rurale, ce qui devrait en général promouvoir le développement rural et non l'émigration vers les villes.
MEDIAS:	Télévision, documents et communications interpersonnelles.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Les pouvoirs publics français (jusqu'en 1971), puis les autorités nigériennes.
DUREE:	Conçu en 1963; mis en oeuvre en 1964; activités en cours.
CONTACTS:	L. Theresa Silverman, International Institute Brookdale, P.O. Box 801, Stony Brook, N.Y. 11790 USA.; Max Egly, l'Agence de coopération culturelle et technique, 19 Avenue de Messine, 75008 Paris, France.

DESCRIPTION:

Les responsables nigériens ayant encore à l'esprit le mandat d'éducation issu de la réunion de l'UNESCO tenue en 1961 pour les Ministres africains, et avec seulement 5 pour cent des enfants en âge scolaire inscrits aux cours cette année, le pays a entamé une évaluation de son secteur scolaire; cette tâche l'a conduit à demander le soutien de la France en matière de réformes et de développement des services d'éducation en place. Les discussions entre les représentants des deux pays ont été amorcées en 1963 et, en 1966, Télé-Niger fonctionnait pour les vingt-deux moniteurs et les quelques sept cent enfants engagés dans la phase pilote. Conçu en vue d'éprouver l'efficacité de "l'Education active" dans un cadre caractérisé par une carence de fonds, d'expertise technique, de matériel et d'enseignants formés, le projet traduit l'engagement du Niger destiné à répondre aux besoins d'éducation des habitants ruraux sans faire de l'enseignement ni un passeport aux villes surpeuplées ni un moule pour le stéréotype agricole. Dans le langage des pédagogues, les objectifs du projet couvrent la ruralisation, l'intégration et le dynamisme.

Pour plusieurs raisons, la télévision a été choisie comme source principale d'enseignement. Elle évite le besoin de disposer d'enseignants hautement qualifiés. Elle est capable d'atteindre régulièrement des régions éloignées. Elle est démocratique dans la mesure où tous les enfants appartenant aux classes initiales profitent

d'un enseignement de qualité égale et dans la mesure où les "enseignants de la télévision" ne peuvent développer la notion de favoritisme. Par ailleurs, les français ont accepté et étaient en mesure de fournir l'assistance technique relative à une opération télévisée. L'extrême nouveauté de la télévision au Niger a été un facteur exploité de manière créatrice et avantageuse, mais n'ayant apparemment pas joué un rôle décisif durant les étapes de planification du projet.

La présence dans chaque salle de classe d'un moniteur constitue la pierre angulaire de Télé-Niger. Soumis à dix semaines de formation en cours d'emploi, à des cours de recyclage semestriels d'une durée unitaire variant de sept à dix jours, à des rencontres régulières avec des conseillers et à des émissions télévisées succinctes visant à clarifier les leçons et les tâches, le moniteur est équipé pour répondre aux questions des enfants et faire face aux crises inhérentes à chaque classe. Néanmoins, il est évident que le moniteur ne peut être un professionnel de haut niveau: l'utilisation d'une main-d'oeuvre qualifiée lorsque celle semi-qualifiée est très satisfaisante nuirait en partie au but du projet. Qui plus est, les moniteurs en tant que groupe ont de loin surpassé les espoirs de ceux qui ont conçu le projet et les ont engagés, peut-être parce que l'absence d'idées préconçues chez les moniteurs leur a permis d'adopter une attitude ouverte et empirique dans leur rôle d'appui dans la salle de classe.

La production de programmes télévisés, qui était à

l'origine aux mains d'experts français mais ne l'est plus actuellement, se déroule dans les studios à Niamey. Le matériel de production est relativement simple: enregistreurs vidéo, caméras, salle de travail, entrepôts, émetteurs et quelques autres équipements; mais les valeurs de la production ont empêché les spécialistes des programmes d'étude et les techniciens de s'encroûter. Les ingrédients de chaque programme (activités manuelles, jeux sketches, exercices écrits, etc.) varient d'un jour à l'autre, et l'effort nécessaire à la coordination des progrès du professeur de mathématiques par rapport au professeur de français ou de géographie peut s'avérer être épuisant. Au demeurant, cet effort porte ses fruits et certains éléments de production ont survécu à l'évolution et à l'expérimentation perpétuelle; le "spectacle de variétés pédagogique," la "répétition diversifiée," l'examen au moyen de "messages publicitaires" de courte durée n'exposant que l'essentiel des concepts étudiés au préalable, et le fait de traiter chaque leçon à la fois comme une entité et comme partie intégrante d'un ensemble plus vaste d'instruction programmée s'est montré efficace et a bien survécu à l'usure du temps.

RESULTATS:

Aucune évaluation rigoureuse de tous les aspects de Télé-Niger n'a jamais été réalisée, d'une part en raison de la moindre importance accordée dès le départ à la recherche par rapport à la production et d'autre part du fait qu'aucun groupe de contrôle n'a été isolé au cours de la période initiale du projet pouvant par la suite être utilisé comme base de comparaison. Des observateurs étrangers ont cependant mené plusieurs études de petite envergure, et une étude d'information interne a été effectuée dès le début du projet. Les composantes clés de cette recherche interne couvrent des descriptions anthropologiques de la culture locale fournies par le personnel étranger, des études visant à déterminer la réaction des enfants nigériens face aux images illustrées, des entrevues auprès des enfants de village, des observations enregistrées concernant la dynamique de la salle de classe et la rétroaction représentée par les travaux écrits fournis par les participants à Télé-Niger.

A la grande satisfaction du personnel de Télé-Niger, on a observé que les classes de télévision ne sont pas accablées par les problèmes particuliers aux classes nigériennes traditionnelles: modeste fréquentation, taux élevé d'abandon, et une haute incidence d'élèves contraints de redoubler une classe. Le taux d'abandon parmi les étudiants d'école primaire conventionnelle durant les années soixante, par exemple, était proche de 40 pour cent alors que 674 parmi les 716 étudiants initialement inscrits aux cours Télé-Niger en 1966 ont achevé en 1970 le cycle complet de quatre ans (soit un taux d'abandon inférieur à 6 pour cent). De même, les enfants présentaient une aversion pour l'école buissonnière; une expérience d'une semaine au cours de laquelle les classes n'étaient pas contrôlées a révélé que la participation et l'attention restaient élevées dans les classes non supervisées. Une étude ultérieure de l'UNESCO a confirmé ces conclusions: les enquêteurs

ont découvert que le contenu des émissions, à défaut de la langue, était réellement local, que la programmation encourageait un esprit réceptif à l'acquisition d'expérience et de connaissances, que le moyen d'expression que représente la télévision était exploité de manière positive et créative et que le projet utilisait de manière valable les personnes semi-qualifiées dans la classe. Enfin le projet s'est élargi pour inclure quelque 9.000 étudiants (certains d'entre eux étant urbains) et les nigériens en assument l'entière responsabilité.

Les problèmes identifiés dans diverses études tiennent à l'emploi du français dans les émissions, et à la quantité d'enseignement dispensée aux étudiants dans la classe télévisée. En particulier, les étudiants de classes télévisées ont accusé des performances inférieures à celles des étudiants des classes traditionnelles lors d'épreuves normalisées de mathématiques et de grammaire. En vue d'atténuer ce problème, une cinquième année a été ajoutée en 1970 au programme d'études télévisées.

A NOTER:

- On a pris soin d'éviter toutes les prises de vue hormis les plus simples jusqu'à ce que les enfants se soient habitués au médium de la télévision. Les prises de vues rapprochées, les prises angulaires, les coupures et autres techniques compliquées n'ont été introduites que progressivement, de sorte que les étudiants n'ont pas été contraints d'assimiler immédiatement un langage visuel étranger.
- L'attrait du message "concret" de la télévision s'est avéré important au Niger où la "vérité" est définie comme étant la connaissance basée sur ce que l'on peut voir et où la langue d'instruction (le français) n'est pas la langue parlée dans le milieu immédiat des étudiants.
- L'engagement des enseignants de la télévision envers les nouvelles méthodes était faible durant les premières années de Télé-Niger, à la fois parce que leur formation aux techniques d'enseignement établies ne leur servait guère et parce qu'ils avaient tendance à être convaincus qu'ils retourneraient finalement aux classes conventionnelles.
- L'âge minimal d'admission au programme Télé-Niger a été établi sur la base du concept nigérien traditionnel de maturation, *Lakkal*: une combinaison d'intelligence, de savoir-faire, de comportement social acceptable, de mémoire et de capacité d'adaptation.
- La différence principale entre l'approche Télé-Niger à l'éducation, et l'approche nigérienne conventionnelle porte sur l'expression verbale de l'enfant. Traditionnellement, un enfant nigérien doit rester silencieux lorsqu'il se trouve en compagnie d'adultes, alors que l'approche Télé-Niger met l'accent sur le droit qu'a l'enfant de poser des questions et de formuler des réponses ayant trait à son milieu et à sa compagnie d'adulte.
- L'approche Télé-Niger a été schématisée comme étant une voie à deux sens: on encourage les enfants à

rassembler des documents et des données de la vie réelle, à analyser et à classer ces connaissances et ces documents dans la salle de classe, et à réinsérer ce qu'ils ont appris dans la vie quotidienne.

REFERENCES:

Télé-Niger: Adapting an Electronic Medium to a Rural African Context, Theresa Silverman, Bulletin d'information N° 8, Clearinghouse on Development Communication, octobre 1976.

La télévision scolaire du Niger: 1964-1971 (11 volumes comprenant le rapport général), Association universitaire pour le développement de l'enseignement et de la culture en Afrique et à Madagascar, France, décembre 1974.

"Télé-Niger: des dimensions modestes..." et "Télé-Niger douze ans après," *Direct*, 1975.

Clearinghouse on Development Communication
Avril 1978

EDUCATION ET RESSOURCES HUMAINES

ACTION CULTURELLE POPULAIRE DU HONDURAS

Honduras

AUDIENCE-CIBLE:	<i>Campeſinos</i> analphabètes et semi-analphabètes du Honduras.
OBJECTIF:	Initialement, aider les <i>campeſinos</i> à apprendre à lire et à écrire et à leur donner des informations sur la santé et le développement de la collectivité; plus tard, organiser un programme d'éducation agricole et aider les <i>campeſinos</i> à s'organiser sur le plan politique et social.
MEDIAS:	Radio et documents.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Mouvement social chrétien.
DUREE:	Commencé en 1960; activités en cours.
CONTACTS:	Prof. Vilma de Pacheco, Acción Cultural Popular Hondureña, Apartado C-24, Tegucigalpa, Honduras; Dr. Robert A. White, Research Director, Center for Study of Commerce and Culture, 221 Goldhurst Terrace, London NW6 3 EP, England.

DESCRIPTION:

L'Action culturelle populaire du Honduras (ACPH) est à la fois la composante éducation du mouvement hondurien des *campeſinos* pour l'auto-développement, appelé le Mouvement populaire de promotion (MPP), et un jeune parent des écoles radiophoniques ACPO de Colombie. L'ACPH est née en 1960 lorsqu'un prêtre hondurien, P. Jose Molina, est revenu d'une courte période de formation à l'ACPO, et a collaboré à la création d'une école radiophonique expérimentale dans les environs de Tegucigalpa. Bien qu'elle soit maintenant supervisée par un conseil de directeurs laïques, l'école fonctionne en majeure partie sur les réseaux locaux des paroisses et sur les pouvoirs de motivation de la chaire dans ses efforts de propager l'alphabétisation et les informations.

Dans les premières années, l'ACPH était essentiellement une filiale de l'ACPO: le système, et les livres de classe de l'ACPH, étaient dérivés de modèles colombiens. Comme son prototype, l'ACPH a fait appel aux pasteurs ruraux pour organiser un appui aux classes d'alphabétisation destinées aux adultes. Ces religieux locaux choisissaient un enseignant auxiliaire bénévole (ou "moniteur") parmi les familles de *campeſinos* de chaque collectivité. A leur tour, ces moniteurs étaient formés en vue de recruter des étudiants, d'organiser des classes, d'aider les enseignants de classe du système établi à contrôler le travail des étudiants, et de rédiger des rapports mensuels sur la fréquentation et les progrès des classes. Les moniteurs étaient également chargés des textes, radios et autres matériels de classe.

En 1964, lorsque les inscriptions scolaires se chiffraient à près de 15.000, et que les écoles avaient fonctionné suffisamment longtemps pour que l'évaluation réfléchisse leur succès ait une signification de valeur, l'orientation des programmes ACPH est passée de la promotion de l'alphabétisation et des campagnes à court terme pour le développement de la collectivité à la formation d'organisations locales parmi les *campeſinos* les plus pauvres en vue d'aider les "dshérités" à créer une puissance politique et économique. Les aptitudes à lire et à écrire sont restées incorporées dans les programmes d'étude, mais ces cours académiques ont été complétés par des programmes visant à développer les attitudes et les capacités qui permettaient aux *campeſinos* de s'organiser et d'agir de manière responsable afin de promouvoir leur propre bien-être social et économique. Les mots clés des activités de promotion de la conscience sont devenus "participation" et "direction démocratique".

A la fin des années soixante et au début des années soixante-dix, l'ACPH a fait un pas supplémentaire pour mettre en parallèle l'éducation pour adultes et la politisation. Les écoles radiophoniques ont adopté l'approche psychosociologique de Paulo Freire à l'auto-réalisation, tant sur le plan individuel que sur le plan communautaire. A la promotion de la conscience, la communication de capacités fondamentales et l'identification de dirigeants locaux s'est ajouté un quatrième mandat: la formation d'organisations régionales et nationales de *campeſinos* capables de traiter avec des

organismes publics. Une partie de la force du soutien apporté aux d'organisations a émané des membres du Mouvement social chrétien — étudiants d'université et jeunes professionnels avec une formation agronome, d'éducation ou de sciences économiques — qui se sont ralliés dès 1970 au MPP.

Un changement récent (1972) est intervenu dans la philosophie des opérations de l'ACPH: en l'occurrence l'adjonction d'un programme d'école primaire d'une durée de quatre ans sanctionné par un diplôme reconnu du Ministère hondurien de l'éducation. En 1977, l'ACPH a lancé un programme d'éducation agricole utilisant des agronomes paraprofessionnels ainsi que des méthodes de communication de masse, pour mettre la technologie agricole à la portée des petits agriculteurs des collectivités éloignées des hauts plateaux.

RESULTATS:

L'évaluation de l'ACPH se fonde tant sur son propre personnel que sur des évaluateurs appelés de l'extérieur. Les conclusions d'une étude menée au milieu des années soixante par des observateurs étrangers ont indiqué que le volume élevé des inscriptions était encourageant mais que plusieurs facteurs (par exemple les faits que: rien n'empêche des étudiants instruits de participer aux cours et aux examens d'alphabetisme; aucun document concret ne relate le nombre des étudiants qui doublent chaque année, et une "coopération" entre les examinateurs et les candidats avait soi disant eu lieu) rendaient imprécises d'une part l'évaluation des aspects qualitatifs de l'alphabetisation et d'autre part la comptabilité. L'impact du programme était d'autant plus incertain qu'il était impossible de mesurer l'incidence de la faible concentration de la population, de l'absence de moments libres pour étudier, des écueils administratifs, et des conditions climatiques adverses.

Une évaluation plus rigoureuse, menée en 1971 par un américain et fondée sur une analyse d'un échantillon stratifié de 794 étudiants radiophoniques, a confirmé l'existence des obstacles socio-économiques identifiés dans l'étude antérieure, et a posé la question de la valeur attachée à l'aptitude à lire et à écrire pour les *campesinos* qui disposaient de peu de documents et de peu de temps pour la lecture. L'étude a déterminé qu'environ 108.000 étudiants étaient inscrits à l'ACPH entre 1961 et 1970, qu'environ 18.000 d'entre eux avaient passé l'examen au moins une fois et l'avaient réussi, et que seulement les deux tiers de ceux ayant passé l'examen atteignaient réellement un niveau minimal d'alphabetisation fonctionnelle (définie comme l'aptitude à reconnaître une série de mots, à collationner des mots en rapport avec des images, à écrire son propre nom et à répondre par écrit à une ou deux questions au sujet d'un texte).

En se référant à une seconde étude, l'image qui émerge des activités de promotion de la conscience et de l'organisation de l'ACPH et du MPP est plus optimiste que celle du programme d'alphabetisation. L'ACPH a établi un système de communication pour le développement, qui a permis la construction de centaines d'écoles et de nombreuses canalisations d'eau en milieu rural. Il

a servi de base à la formation de groupes de femmes *campesinos*, de coopératives de consommateurs, de 300 groupes de production agricole, et de nombreux groupes influents de *campesinos* locaux engagés dans la récupération des terres.

A NOTER:

- Les programmes d'alphabetisation sont radiodiffusés six jours par semaine pour une période de sept ou huit mois, chaque année. Les classes de niveau avancé se déroulent en milieu d'après-midi et les cours pour débutants en fin d'après-midi. Des groupes se rencontrent dans des foyers, des salles de classe ou des salles de réunion appartenant à l'église.
- En 1970, environ 30 pour cent des *campesinos* suivant les cours d'alphabetisation n'avaient rien à lire dans leur foyer. A l'opposé de l'ACPO, l'ACPH n'a publié ni des livrets bon marché ni des journaux destinés à être lus par les *campesinos*, chez eux.
- L'ACPH est un des rares systèmes scolaires radiophoniques en Amérique latine qui ait adapté la méthode psychosociale (conçue à l'origine pour enseigner directement) à l'enseignement radiodiffusé.
- L'ACPH utilise une combinaison où interviennent des *campesinos* paraprofessionnels, la radio, des promoteurs agricoles volontaires et un système de terrains de culture de démonstration pour communiquer la technologie agricole à faible coût aux petits agriculteurs établis dans les collectivités montagnardes éloignées.
- L'éducation de base et les programmes d'éducation agricole de l'ACPH, font partie d'un système de développement rural intégré composé d'organismes privés auxquels appartiennent des coopératives de consommateurs et de commercialisation, une fédération nationale de femmes *campesinos*, une institution de prêts agricoles et des groupes influents de *campesinos*.
- L'ACPH met au point un programme radiophonique d'éducation scolaire élémentaire, intégré étroitement avec l'éducation agricole, et se compose d'unités brèves et flexibles, chacune d'une valeur d'un mois à six semaines.

REFERENCES:

- "Mass Communication and the Popular Promotion Strategy of Rural Development in Honduras," Robert A. White, *Radio for Education and Development: Case Studies*, World Bank, volume II, mai 1977.
- "An Evaluation of the Rural Development Potential of the Radio School Movement in Honduras," Robert A. White, Centre Loyola et Département d'anthropologie et de sociologie, Université de St. Louis, octobre 1972.
- "The Radio Schools of Honduras," Jack Lyle avec Joel Martins et Jacques Torfs, *New Educational Media in Action: Case Studies for Planners*, UNESCO, 1967.

Clearinghouse on Development Communication
Avril 1978

EDUCATION ET RESSOURCES HUMAINES

PROJET D'ENSEIGNEMENT RADIOPHONIQUE EN MILIEU RURAL

Paraguay

AUDIENCE-CIBLE:	Enfants et adultes non scolarisés en milieu rural (environ 700 étudiants en 1978).
OBJECTIF:	Employer la radio comme outil d'enseignement primaire pour la population rurale; essayer diverses méthodologies et techniques d'enseignement radiophonique en milieu rural; soutenir les efforts du Ministère de l'éducation et du culte pour développer des structures de fonctionnement efficaces et opérationnelles de programme radiophonique en milieu rural.
MEDIAS:	Radio, imprimés et communications interpersonnelles.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Centre de télé-enseignement du Ministère de l'éducation et du culte, Asunción, Paraguay; et Agence des Etats-Unis pour le développement international.
DUREE:	Commencé en 1976; activités en cours.
CONTACTS:	Lic. Mabel Palacios Moringo, Directora, Centro de Tele-Education, Ministerio de Educación y Culto, Asunción, Paraguay; Lewis Thornton, Academy for Educational Development, 1414 22nd St., N.W., Washington, D.C. 20037, USA.

DESCRIPTION:

Le Ministère paraguayen de l'éducation et du culte s'est intéressé à la réalisation de programmes éducatifs radiophoniques quatre ans avant le lancement de Projet d'enseignement radiophonique en milieu rural (PERMR). Depuis 1972, le Ministère a participé à la réalisation annuelle de cinquante à soixante heures de diffusion radiophonique dans les écoles primaires et secondaires. Le lancement du PERMR correspondait donc à une expansion, et non une création, des capacités administratives et techniques sous-jacentes à la réalisation d'environ 300 heures de diffusion par année scolaire. En multipliant les capacités de production par cinq ou six, le Ministère entend offrir aux Paraguayens, dont la plupart n'ont pas accès aux écoles offrant un programme de six ans, l'opportunité d'achever leur formation primaire. Dans cet esprit, on a choisi le Département de Caaguazú comme lieu du projet, car ses besoins et problèmes éducatifs sont caractéristiques du milieu rural paraguayen, et on a mis l'accent sur les cours de fin d'études primaires.

Le Département de télé-enseignement a consacré l'année 1977 à la conception de programmes radiophoniques et de documents d'études, à la préparation et l'expérimentation de cours radiophoniques et à la

poursuite de recherches sur le terrain. Pendant cette période, les membres du département ont préparé 540 émissions éducatives pour les troisième et quatrième années d'école primaire, imprimé les documents correspondants et préparé la réalisation de ces émissions radiophoniques. Les recherches ont été essentiellement consacrées à l'étude de la population en âge d'étudier du Caaguazú, de ses habitudes d'écoute radiophonique, à la sélection de quatre villes du Caaguazú comme sites d'expérimentation et à l'organisation des centres de projet dans ces villes.

La seconde année du projet, 1978, a été consacrée à l'amélioration et à la consolidation des bases posées la première année. On est passé à la réalisation des 540 premières émissions tout en profilant les 540 suivantes (cours de huitième et septième). On a entamé la diffusion des émissions sur une station radiophonique commerciale, tandis que les activités de recherche et d'études sur le terrain se poursuivaient.

Sur le point d'atteindre son rythme de croisière, le projet dessert 700 étudiants et fonctionne avec 45 centres d'apprentissage (où toute personne ayant suivi deux années d'enseignement formel est habilitée à

passer les examens d'entrée du PERMR: par ailleurs, les étudiants du programme sont groupés pour recevoir l'aide de moniteurs bénévoles). Les cours diffusés dispensent des matières aussi variées que l'expression orale (y compris l'espagnol comme seconde langue) les mathématiques, l'instruction civique, la santé et la nutrition, ainsi que la communication. Ces cours sont diffusés chaque jour de la semaine en émissions d'une durée de 15 à 20 minutes.

RESULTATS:

Le programme d'évaluation du PERMR est encore trop récent pour permettre une évaluation des connaissances acquises. Les activités d'évaluation ont cependant été menées de pair avec le projet dès son lancement, et les résultats préliminaires ont influencé la tournure du projet. Le degré élevé d'intérêt manifesté par les membres de la collectivité (qui se traduit par le nombre d'inscriptions et l'assistance aux cours) et les propriétaires de stations radiophoniques (lesquels ont manifesté l'intention de diffuser à nouveau les émissions et de réserver des heures de pointe à certaines émissions du PERMR) donne une première indication positive de la portée du projet. Ces indicateurs permettent de confronter et de replacer dans leur contexte certains problèmes potentiels en les révélant dès la première année de recherche — tels que l'alcoolisme ou autres problèmes sociaux sérieux ou la difficulté de certains étudiants du PERMR à suivre des émissions en espagnol. De tels efforts d'évaluation à titre d'enseignement ont également mis en évidence le vif intérêt de l'audience pour la musique et les sports, ce qui ne pose aucun problème en soi, mais sert d'orientation aux responsables des programmes.

La première évaluation exhaustive de l'acquisition des étudiants sera entamée en mars 1979 à la fin du premier cycle d'études complet. Il sera éventuellement procédé à une analyse coûts-bénéfices, à l'évaluation de l'efficacité des diverses composantes du programme (radio, instructeurs, etc.) et des avantages perçus par toutes les collectivités concernées par le programme.

A NOTER:

- L'utilisation d'une radiophonique commerciale revêt une importance fondamentale pour la conception et le succès du Projet d'enseignement radiophonique en milieu rural.

- Afin de satisfaire les demandes des élèves, les émissions éducatives sont diffusées en guarani et en espagnol, tandis que l'ensemble des documents annexes sont imprimés en espagnol.
- Le lancement des émissions s'est fait dans des conditions extrêmement difficiles. Elles étaient réalisées dans des studios d'emprunt, et les pannes de courant étaient fréquentes tant sur les lieux d'émission qu'aux domiciles des auditeurs.
- Le Ministère de l'éducation s'était engagé à fournir une définition exacte du concept d'"instruction primaire" avant de concevoir les programmes. Ce n'est qu'à cette condition que le Ministère a pu entreprendre la tâche énorme qui l'a accaparé la première année: créer de but en blanc un programme d'enseignement primaire radiophonique en milieu rural.
- La première année du projet, une série d'émissions spéciales a été diffusée le samedi matin afin de familiariser la population de Caaguazú avec les techniques d'enseignement radiophonique. Ces émissions visaient également à convaincre les enseignants traditionnel lesquels se sentaient menacés par le nouveau système.
- Une série d'entretiens préliminaires au projet a révélé que 70 pour cent de la population considère l'agriculture comme le thème le plus important. On a donc introduit des informations et des conseils agricoles dans la charpente du programme, notamment dans les cours de lecture, d'écriture et d'expression orale.
- Les emplacements d'expérimentation ont aussi tenu lieu de centres administratifs.
- Bien que les manuels scolaires du PERMR aient reçu un accueil enthousiaste, on peut envisager des alternatives à meilleur marché.

REFERENCES:

- "Annual Report: Rural Radio Education/Paraguay." Academy for Educational Development, janvier 1978.
- Unpublished project documents, Academy for Educational Development, 1976, 1977, et 1978.

Clearinghouse on Development Communication
Juillet 1978

MOVIMENTO DE EDUCAÇÃO DE BASE (MEB)

Brésil

AUDIENCE-CIBLE:	Initialement les paysans analphabète du nordest du Brésil (soit un potentiel de 24 millions d'adultes), devant ensuite s'étendre aux paysans d'autres régions.
OBJECTIF:	Eduquer, développer le sens civique et motiver des adultes privés d'accès aux écoles et services de santé (en leur apprenant essentiellement à lire, écrire et compter) et encourager la formation de collectivités de base.
MEDIAS:	Radio, imprimés et communication interpersonnelle.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Conférence nationale des évêques du Brésil, Ministère de l'éducation et de la culture du Brésil, organisations catholiques et bénévoles d'Europe et d'Amérique du Nord et Ministère de la santé du Brésil.
DUREE:	Commencé en 1961 à titre de programme d'alphabétisation; redéfini en 1976 et 1971; activités en cours.
CONTACTS:	Sr. Anne Marie Speyer, Movimento de Educação de Base, Rua São Clemente 385, Rio de Janeiro, Brésil.

DESCRIPTION:

Dès son introduction en 1961, le *Movimento de Educação de Base* s'est imposé comme un effort religieux pour satisfaire les droits fondamentaux des plus démunis, en leur offrant une formation pratique destinée à la résolution de problèmes. Mais bien peu est demeuré inchangé, si ce n'est la raison d'être du projet. L'accent est graduellement passé de l'enseignement des bases de la lecture et de l'écriture à la démystification du sous-développement, même si ces programmes sont toujours en place. Initialement inspiré de *Radio Sutatenza* de l'ACPO en Colombie, le *MEB* s'est affranchi de l'emploi de la radio. Par conséquent, l'étendue du projet, le programme de cours du *MEB* et les relations du *MEB* avec les pouvoirs publics ont également suivi les fluctuations du climat politique, notamment lors du coup d'état militaire de 1964.

L'approche et les problèmes du *MEB* diffèrent de la plupart des tentatives de mobilisation des médias à des fins de développement en Amérique latine. Au lieu de se borner à promouvoir des pratiques progressives au nom du développement, les agents de projet se consacrent à l'entraînement du paysannat à percevoir les racines et les dimensions du sous-développement. Ensuite, selon la logique de Freire, le peuple peut s'orienter vers des solutions viables, et les adopter. Ce projet se distingue également par son recours aux médias. Dans le *MEB*, les livres et les émissions radiophoniques viennent en

complément, non en remplacement des échanges réciproques. Le programme s'articule autour des groupes d'étude de *camponês* (exploitants agricoles). Au cours de réunions hebdomadaires, ils discutent des émissions, diffusées à la radio, sur l'agriculture, la nutrition, les méthodes de travail et d'autres sujets pratiques, avec l'aide d'un animateur de groupe qui utilise les techniques de jeux de rôle et autres méthodes actives pour amener les membres du groupe à aborder les aspects de la dure réalité quotidienne.

MEB est une organisation décentralisée qui fonctionne à quatre niveaux. Le premier échelon est occupé par l'équipe nationale à Rio, dont les membres rendent compte aux six évêques nommés au Conseil national du directoire par la Conférence catholique des évêques, et aux délégués au Conseil du Ministère de l'éducation. Répartie en une branche administrative et une branche technico-pédagogique, l'équipe nationale organise de nouveaux "sistemas" en réponse aux initiatives locales, définit les lignes de politique générale, recrute et forme le personnel des équipes locales, et contrôle les autres directives administratives. Toutefois, le programme de développement incombe entièrement aux équipes locales. La cellule administrative de base à l'échelon régional, le *Sistema Educativo*, ne couvre qu'un diocèse catholique et regroupe plusieurs écoles radiophoniques. Le troisième niveau est occupé par l'équipe locale, qui

organise et exécute les programmes d'enseignement de base dans sa zone. En général, cette équipe d'enseignants, travailleurs sociaux et autres individus spécialement formés installe son quartier général dans le centre le plus développé, et effectue des déplacements dans les zones retirées à partir de ce centre. Les animateurs constituent le quatrième niveau du système éducatif. Nommés par les membres de leur collectivité et formés sur place, ils ont la responsabilité de développer le dialogue et les activités dans leur collectivité.

RESULTATS:

Le projet a exercé une incidence sur la vie de centaines de milliers de Brésiliens bien que le MEB ait subi de nombreux échecs. Le responsable d'une étude d'évaluation de la première décennie de fonctionnement du programme a mis en évidence que quelque 400.000 paysans ont appris à lire grâce à plus de 5.000 écoles radiophoniques du réseau MEB mis en place à partir de 1964. En revanche, la même étude révèle que seulement 100.000 *camponês* ont appris à lire et à écrire par l'intermédiaire du MEB entre 1964 et 1970, probablement parce que le nouveau régime n'incitait guère les couches inférieures de la société à participer aux changements sociaux.

Depuis 1970, les tentatives d'auto-évaluation du MEB se sont essentiellement limitées à la mesure de la demande pour les cours, laissant de côté l'incidence des cours et des activités du MEB sur les modifications du comportement. On a prévu en 1976 de procéder à des évaluations des cours avant, pendant et après leur déroulement, mais jusqu'à présent les évaluations consécutives aux cours n'ont pas suivi l'évaluation des besoins et l'analyse des inscriptions. Tout au plus peut-on dresser un tableau grossier des résultats du projet, à partir des statistiques d'inscription (qui révèlent par exemple que les programmes intitulés "activités collectives à orientation religieuse" jouissent d'une popularité nettement inférieure à celle des programmes agricoles et sanitaires du MEB). Il est difficile de déterminer le nombre total de participants car certains auditeurs appartiennent à plusieurs catégories à la fois. En 1977, 15.000 personnes se sont inscrites aux cours d'enseignement classique, tandis que les programmes radiophoniques spéciaux avaient une audience de presque 162.000 personnes et les programmes d'enseignement extra-scolaires avaient plus de 171.000 inscrits.

A NOTER:

- Au nombre des activités "d'animation" du MEB figuraient des clubs de football, des travaux agricoles, et des syndicats ruraux.
- Les membres du MEB observaient le comportement des animateurs locaux potentiels dans leurs villes natales. Seuls étaient retenus les candidats qui n'adoptaient pas d'attitude condescendante et n'exerçaient pas de favoritisme envers leurs concitoyens.
- En 1968, le MEB a reçu le Prix Reza Pahlavi de l'UNESCO pour la qualité de son travail au nom des *camponês* et en collaboration avec eux.
- La radio a cédé le pas, dans ce projet, aux imprimés et à la communication interpersonnelle. A la différence des animateurs, le média n'est pas considéré comme un facteur essentiel de changement social.
- La région du nord-est du Brésil a été choisie comme site à l'origine du projet, et reste le centre de ses activités parce que cette région est la plus pauvre du pays et que, selon une estimation de 1975, plus de la moitié des habitants y sont analphabètes. La région amazonienne fait aussi l'objet d'une activité intense du MEB.

REFERENCES:

- "A Systems Approach Applied to Non-Formal Education: Planning, Programming, Budgeting and the 'Non-Formal' Process," rapport non publié, Soeur Anne Marie Speyer, MEB, août 1977.
- "Movimento de Educação de Base (MEB): Communication for Animation and Social Change," *Communication et développement rural*, Juan E. Bordenave, UNESCO, 1977.
- Rapports annuels du MEB, 1974, 1975 et 1977, MEB, Brésil.
- Movimento de Educação de Base: An Experience in Education for the Rural Poor, University of Michigan, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Octobre 1978

PROJET D'EXPERIMENTATION EN NUTRITION

Brésil



AUDIENCE-CIBLE:	Les villageois de la région du nord-est du Brésil.
OBJECTIF:	Etablir avec la communauté un dialogue au sujet de la nutrition, 1ère étape pour des actions communautaires.
MEDIAS:	Affiches, photographies et tableaux de feutre.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Le Département des Sciences Nutritionnelles de l'Université Cornell.
DUREE:	Commencé et achevé en 1974.
CONTACTS:	Thérèse Drummond, Director for Nutrition and Rural Community Education, Agricultural Missions, Inc., 475 Riverside Drive, Room 624, New York, New York 10027, USA.

DESCRIPTION:

Ce projet fut conçu pour tester la réceptivité de la population dans des villages ayant plusieurs genres d'organisation communautaire à la méthode Paulo Freire pour l'éducation nutritive. Cette expérience qui eut lieu en 1974 avait pour but d'attirer l'attention des villageois illettrés ou semi-éduqués sur les problèmes de la malnutrition, et de mettre en oeuvre des moyens simples pour remédier à certains aspects de la malnutrition chez les jeunes enfants.

Les cinq premières semaines du programme furent consacrées à la visite d'approximativement 120 maisons dans les quatre villages choisis. Sans formulaires ni questionnaires, Madame Drummond bavarda avec les villageois pour découvrir leurs idées sur la façon de nourrir leurs enfants. Elle s'informa plus particulièrement sur les maladies les plus communes, la mortalité parmi les jeunes enfants et sur le nombre d'enfants de moins de quatre ans trop maigres. Elle releva noms, dates de naissance, données sur l'allaitement naturel, distribution par âge et pratiques nutritives, utilisant des cahiers qui étaient familiers aux villageois.

Dans les réunions après les visites, des affiches furent utilisées pour stimuler des discussions. Par exemple, la photo d'un cercueil d'enfant transporté au cimetière, spectacle commun dans la région, permit de considérer le fait que les bébés meurent souvent et de discuter ce fait de façon critique, plutôt que de l'accepter de manière fataliste. D'autres affiches montraient une mère allaitant son nourrisson, une mère donnant à son enfant de la nourriture de supplément ou un enfant souffrant d'un état avancé de malnutrition.

RESULTATS:

La transcription des enregistrements faits dans plusieurs réunions de village montre que les participants furent très actifs pendant toutes les délibérations. Leurs commentaires et questions montrent que les villageois commencèrent à questionner le fatalisme si profondément ancré dans leur esprit, et à considérer leur pouvoir d'améliorer, leur vie. Le relevé d'information des groupes de discussion suggère aussi que les réunions qui eurent lieu dans des villages non organisés auparavant n'étaient pas influencées par les expériences précédentes d'interaction de groupe des participants.

Un résultat direct de ces réunions fut que les villages sélectionnèrent une personne pour 10 foyers pour assumer la responsabilité d'une bonne nutrition des enfants. Des plans pour parer à plusieurs urgences médicales furent initiés. Cependant, on ne se préoccupa pas de déterminer si les participants des projets de nutrition veillèrent à ce que leurs enfants continuent à avoir assez de protéines et à ce qu'ils soient vaccinés contre les maladies de l'enfance.

A NOTER:

- Lors d'une réunion durant laquelle on demanda si "une étude" des enfants pouvait être faite, les villageois — qui associent l'étude avec l'école — eurent l'impression que la diététicienne voulait ouvrir une nouvelle école dans la région.
- Un panneau d'affichage, reproduisant la courbe de poids de Morely fut utilisé afin d'indiquer la marge de

sécurité en ce qui concerne le poids des jeunes enfants. Quand les parents comprirent le principe, appelé "Caminho de Saude," ou "Route de la Santé" on leur en donna une copie.

- Les affiches utilisées pour les discussions étaient soit des photographies, soit des peintures faites à partir de photographies. L'arrière-plan en était effacé pour qu'il ne soit gênant. Les illustrations furent choisies de façon que leur contenu ne soit ni trop limité ni incompréhensible.
- Une enquêtrice feignant d'avoir mauvaise mémoire dessina presque tout ce qu'elle vit. Ces dessins mettaient les villageois à l'aise et sollicitaient leur participation; leur usage simplifia ainsi la tâche consistant à accumuler les renseignements sur la santé et la démographie.

- Durant une réunion, un pêcheur annonça que les réunions étaient une bonne idée. Durant les huit ans qu'il avait vécu dans le village étudié, les habitants ne s'étaient jamais rencontrés pour partager et résoudre leurs problèmes.

REFERENCES:

"Using the Method of Paulo Freire in Nutrition: An Experimental Plan for Community Action in Northeast Brasil." Therese Drummond, Cornell International Nutrition Monograph Series, No. 3, Cornell University, Ithaca, New York, 1975.

Clearinghouse on Development Communication
Juin 1977

CAMPAGNE POUR L'ALLAITEMENT NATUREL

Trinidad et Tobago

AUDIENCE-CIBLE:	Les mères de nouveaux-nés et les femmes enceintes à Trinidad et Tobago.
OBJECTIF:	Faire connaître au public les rapports entre l'allaitement naturel, les principes de bonne nutrition et le niveau de vie.
MEDIAS:	Radio, télévision, affiches, journaux, périodiques, films.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	L'Association des Ménagères de Trinidad et Tobago (HATT), l'Association de Agences Publicitaires de Trinidad et Tobago avec le support du Ministère de la Santé, l'Institut d'Alimentation et de Nutrition des Caraïbes (CFNI) et l'Association Médicale de Trinidad et Tobago.
DUREE:	Projet conçu et mis en oeuvre en 1974; prévu à nouveau pour la fin de 1977.
CONTACTS:	Alison White, Nutritionist, 13 Santa Anna Gardens, Maingot Street, Tunapuna, Trinidad.

DESCRIPTION:

La Campagne pour l'Allaitement Naturel à Trinidad et Tobago a nécessité la coopération de plusieurs agences privées et gouvernementales afin de pouvoir utiliser les moyens de communications de masse nationaux pour promouvoir l'allaitement au sein. Coordonnée par HATT avec l'aide des Agences Publicitaires de Trinidad et Tobago, la campagne fut conçue au début de l'année 1974 et officiellement mise en oeuvre en mai.

On envoya aux employés des agences publicitaires mentionnées ci-dessus une brochure de trois pages montrant les aspects nutritionnels et économiques de l'allaitement naturel pour les convaincre de la valeur commerciale d'une telle pratique. Dès que les textes publicitaires et le travail graphique pour la campagne furent prêts le personnel des cliniques et d'autres responsables dans le domaine de la santé furent informés du projet et des récents bénéfices découverts concernant l'allaitement naturel.

Des messages radiophoniques et télévisuels reprirent le contenu des messages publiés par les journaux, les affiches et les prospectus. La campagne fut menée par des professionnels de la communication qui coordonnèrent neuf émissions de télévision et une série de transmissions radiophoniques journalières de cinq minutes chacune (intitulées "Se tenir au courant de l'histoire de l'homme"); le tout fut couvert par la presse. Des discussions entre écoliers et groupes communau-

taires furent organisées ainsi que des expositions dans les bibliothèques et les centres de prêt mobiles.

Un élément clef pour le succès du projet d'allaitement naturel fut le don en temps et expertise des agences publicitaires, départements du gouvernement, media, agences commerciales et individus du secteur privé. Des tarifs réduits et d'autres avantages s'ajoutèrent à ces dons.

RESULTATS:

L'évaluation du projet par la CFNI eut lieu en deux temps et porta sur cinq objectifs: (1) se rendre compte de la proportion de l'auditoire visé qui avait vraiment été touché; (2) déterminer l'influence des messages sur les auditeurs; (3) se rendre compte si les femmes ayant reçu les messages étaient d'accord avec leur contenu; (4) découvrir si les femmes allaitant leurs bébés avaient modifié leurs pratiques d'allaitement; (5) obtenir plus d'information sur les pratiques d'allaitement naturel des femmes de Trinidad.

Le personnel du CFNI conclut au succès du projet, selon l'évaluation qui fut la contribution majeure du CFNI au projet. Le personnel conclut que les éléments de la campagne publicitaire devraient devenir permanents dans un programme d'éducation sur la nutrition à Trinidad. Il approuva aussi l'approche multi-média. L'équipe recommanda également que plus de temps et

d'espace soient consacrés par les moyens de communication de masse à ce problème vital.

A NOTER:

- La femme du Premier Ministre Manley, de la Jamaïque donna son appui à la campagne pour l'allaitement naturel dans une conversation enregistrée avec le président du HATT. Cet appui fut utilisé ultérieurement sur les ondes pour lancer la campagne.
- A l'occasion de la Fête des Pères, les pères des nourrissons furent invités à une cérémonie au cours de laquelle ils furent invités à discuter des mérites de l'allaitement au sein.
- De courts films montrant les mères et les infirmières dans les cliniques montrèrent la valeur de l'allaitement naturel du point de vue de la nutrition.

- La campagne publicitaire pour l'allaitement naturel à Trinidad et Tobago sera présentée dans un livre (qui paraîtra prochainement), traitant de l'importance du lait maternel dans le monde moderne. L'ouvrage a pour auteurs le Dr. Derrick B. Jelliffe et E.F. Patrice Jelliffe.
- Les stations de radio donnèrent plus de temps aux flashes qu'elles n'avaient promis en premier lieu.

REFERENCES:

"The Trinidad and Tobago Breastfeeding Campaign," Alison White, projet présenté à la neuvième rencontre du Groupe Technique de l'Institut d'Aliment de Nutrition, Kingston, Jamaïque, septembre 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Juin 1977

PROJET DE COMMUNICATION DE MASSE SUR LA NUTRITION

Inde

AUDIENCE-CIBLE:	Dirigeants de l'opinion, chefs de ménage, mères de famille, enseignants et enfants d'âge scolaire dans les régions rurales et les petites villes à Uttar Pradesh et Andhra Pradesh (près de 250 000 personnes).
OBJECTIF:	Déterminer l'efficacité d'une campagne de médias combinés visant à accroître les niveaux de prise de conscience et compréhension, en ce qui concerne le sevrage et la grossesse parmi les populations rurales, principalement analphabètes.
MEDIAS:	Radio, imprimés, films, calendriers, pantomimes, affiches, placards et peintures murales, ainsi que couvertures pour livres scolaires.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	L'Agence des Etats-Unis pour le développement international, CARE-Inde.
DUREE:	Conçu en 1969; mis en place au début 1971, réalisé d'avril à juin 1972.
CONTACTS:	Sadhna Ghose, CARE-India, P.O. Box 3064, New Dehli-3, India; Ronald Parlato and Margaret Burns Parlato, 4915 Albemarle Street, N.W., Washington, D.C., 20016, USA., Dr. Laksmi Krishnamurthi, CARE-India.

DESCRIPTION:

Le projet d'information en matière de nutrition lancé par CARE-Inde en 1972, après trois années de recherche et de préparation, s'est fondé sur deux hypothèses fondamentales. La première stipulait que les techniques modernes utilisées dans le cadre des campagnes urbaines de médias de masse et la recherche de marché peuvent être axées avec succès sur les problèmes et les besoins du villageois du tiers-monde. La seconde soutient qu'un mélange de médias de masse choisis avec soin est plus efficace qu'un seul média si l'on veut atteindre plusieurs groupes de bénéficiaires dans une population donnée. Plus précisément, le projet expérimental a été conçu en vue d'éprouver l'efficacité relative des messages positifs et négatifs et de promouvoir deux messages particuliers: l'un portant sur l'impact du sevrage approprié et opportun pour la santé à long terme d'un enfant et l'autre étant relatif à l'importance de la consommation de légumes à feuilles vertes durant la grossesse tant pour la mère que pour l'enfant.

La recherche préliminaire et la conception du projet ont bénéficié d'une haute priorité dans le programme de CARE-Inde. Une équipe de chercheurs a consacré six mois à l'identification des obstacles de nature économique, nutritionnelle, sociologique et à incidence commerciale qui pourraient entraver des changements bénéfici-

ques dans les habitudes alimentaires afin de ne pas inciter la population à chercher des aliments non disponibles, liés à des tabous culturels ou trop onéreux. Cette recherche a précédé et influencé la sélection des bénéficiaires des huit zones-cibles (composée chacune de trois villages et d'une ville), des médias que l'on utiliserait pour transmettre les messages, ainsi que du contenu précis et des termes employés dans les messages. La recherche s'est inspirée d'études réalisées dans plusieurs disciplines, a tenu compte de l'étude liée à d'autres projets de nutrition et de communication, et a impliqué une étude préalable à la campagne couvrant 2.400 enquêtes inclus dans le sondage.

La campagne de dix semaines, qui a suivi les conclusions de la recherche a utilisé divers médias, mais s'est gardée de toute tentative de nouveauté qui aurait pu impressionner les bénéficiaires. En fait, on a employé de simples messages destinés à atteindre les émotions fondamentales et les croyances ancrées. A Uttar Pradesh, où l'on a adapté l'approche positive, certaines affiches illustraient un enseignant félicitant un petit garçon, et d'autres qui représentaient un garçon du village recevant un trophée pour sa prouesse d'athlétisme. A Andhra Pradesh, où l'on a adopté l'approche négative plus controversée, les affiches illustraient un démon (une figure reconnaissable dérivée

de la tradition mystique du Sud de l'Inde) menaçant le bien-être d'une mère enceinte dans un cas, un enfant en sevrage dans un autre. Les mêmes tactiques ont été utilisées et les mêmes messages ont été imprimés dans la presse, les placards, les peintures murales, des courts métrages en noir et blanc, des émissions brèves radiophoniques, des éditions spéciales de journaux, des calendriers, des livrets et des bandes dessinées. Etant donné que la campagne avait été spécialement conçue pour mettre à l'épreuve l'efficacité des seuls médias de masse, les interventions interpersonnelles ne faisaient pas partie de l'effort global.

RESULTATS:

Les résultats de l'évaluation de la campagne, issus d'une enquête de base (2.500 entrevues) et une enquête postérieure à la campagne (2.500 entrevues) ont indiqué qu'une campagne de médias combinés peut atteindre avec succès des audiences rurales isolées à l'aide de nouveaux concepts et renseignements. Apparemment, un mélange de médias conçus tout particulièrement pour atteindre diverses sous-audiences peut, moyennant une approche directe, franchir les lignes socio-économiques et culturelles. L'enquête a révélé que les femmes et les hommes de tous les âges, degrés d'instruction, occupations, niveaux de revenus et castes répondaient aussi bien les uns que les autres à la campagne de nutrition, majorant leur connaissance dans des proportions identiques. En ce qui concerne les questions afférentes à la grossesse, par exemple, le niveau de connaissance pour les mères de famille est passé de 53 à 84, tandis que celui des villageois influents a été porté de 63 à 95. En général, les membres analphabètes des castes inférieures ont appris autant que les Brahmanes hautement instruits.

A l'instar de l'argument voulant qu'un léger choc est un agent précieux pour promouvoir un accroissement de conscience et de compréhension des idées nouvelles, 100 pour cent des personnes exposées aux messages à tendance négative se souvenaient de la campagne, tandis que 91 pour cent se souvenaient du message positif. De même, les audiences de la campagne à Andhra Pradesh étaient plus susceptibles que leurs homologues de se souvenir des médias précis, d'obtenir de bons résultats lors du test sur la connaissance postérieure à la campagne et de se souvenir de faits précis soulignés durant la campagne. A en croire les spéculations des chercheurs, la campagne négative semble avoir mieux fonctionné parce qu'elle se distinguait nettement sur le plan de la création et qu'elle était plus dans le ton de la culture du village.

L'évaluation de l'efficacité des divers médias a montré que les personnes exposées uniquement aux médias graphiques très divertissants ont appris autant que les personnes exposées à tous les moyens d'expression. Aussi bien dans les campagnes positives que négatives, les films et les affiches se sont avérées être les plus mémorables; la moitié des personnes enquêtées à Uttar Pradesh se sont souvenues des films et 65 pour cent se sont souvenues des affiches, tandis que les valeurs respectives pour la campagne négative étaient de 70 pour cent et 67 pour cent. Les journaux et les messages

radiodiffusés sont restés sans succès dans les deux campagnes: moins de 17 pour cent à Uttar Pradesh, et moins de 21 pour cent à Andhra Pradesh se sont souvenus de l'un ou de l'autre. Bien que la campagne ait été conçue uniquement pour relever les niveaux de conscience et de compréhension, elle semble avoir également influencé les attitudes de manière positive. Dans trois cas sur quatre (le message de sevrage à Andhra Pradesh et le message de grossesse dans les deux provinces), il n'y avait virtuellement aucun refus d'accepter comme plausible l'information de la campagne. Dans le quatrième cas, il semble que la résistance exprimée reflétait des différences alimentaires: le pain sec mangé à Uttar Pradesh peut avoir été plus difficile à visualiser sous forme pulvérisée que d'autres denrées tels que le riz mangé dans le sud de l'Inde.

A NOTER:

- Les livrets conçus pour les enseignants contenaient des lettres d'approbation et d'appui signées par des hauts fonctionnaires en matière d'éducation des deux états. Par ailleurs, des acteurs populaires hindous et telegu ont fait des apparitions d'une minute au cours de manifestations de soutien, à la fin de chaque film.
- On a trouvé que la radio était largement inefficace dans la campagne, étant donné que relativement peu de personnes parmi les bénéficiaires possédaient ou avaient accès à des postes de radio.
- Une étude portant sur certains sujets relatifs à l'alimentation a été réalisée comme partie intégrante de la recherche précédant la campagne.
- La campagne n'a pas confirmé la théorie "des deux étapes" du flux d'information. Les informations spécialisées et hautement détaillées diffusées uniquement par le biais de livrets aux enseignants et aux personnes influentes n'ont pas été communiquées au peuple en général. La pantomime, perçue comme étant étroitement liée à la danse indienne traditionnelle dans son aspect de communication non verbale, a été considérée trop abstraite pour la plupart des audiences.
- Plus qu'un résumé de projet, le rapport de CARE-Inde sur les résultats de ce projet d'information sur la nutrition comprend à la fois un modèle pour la gestion d'une campagne d'éducation-nutrition et un examen exhaustif des questions de sociologie et de communication auxquelles les travailleurs de la campagne et les fonctionnaires doivent faire face.

REFERENCES:

- "Planning for Nutrition Education: the Application of Mass Media and Extension to Social Action Programs," Ronald Parlato, CARE-Inde, 1973.
- "Food Attitudes in Andhra Pradesh and Uttar Pradesh," CARE-Inde, 1973.
- "Breaking the Communications Barrier: a Report of Results," Margaret Burns Parlato, CARE-Inde, 1973.

Clearinghouse on Development Communication
Janvier 1978

CAMPAGNE PUBLICITAIRE DES MEDIAS DE MASSE SUR LA NUTRITION

Philippines

AUDIENCE-CIBLE:	Ménages ruraux à faible revenu dans les provinces (environ 2,5 millions d'habitants).
OBJECTIF:	Mettre à l'épreuve l'efficacité des techniques modernes de commercialisation et de publicité pour changer le comportement, les attitudes et les connaissances en matière de nutrition et de santé des enfants.
MEDIAS:	Radio et communication interpersonnelle limitée.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Le gouvernement des Philippines, l'Agence des Etats Unis pour le développement international et le Centre national de production des médias aux Philippines.
DUREE:	Fin 1975 à fin 1976.
CONTACTS:	Dr. Florentino Solon and Dr. Josefina Patron, National Nutrition Council, Ministry of Health and Nutrition, Manila, Philippines; Candy Formación, Department of Nutrition University of Iloilo, Iloilo City, Iloilo, Philippines; and Thomas M. Cooke, Manoff International, Inc., 2080 L Street, N.W., Washington, D.C. 20036, USA.

DESCRIPTION:

La campagne publicitaire des médias de masse sur la nutrition a été lancée en raison de la prise de conscience de l'état nutritionnel déplorable dans lequel se trouvaient de nombreux enfants philippins et de l'insuffisance de l'utilisation des moyens traditionnels pour conseiller les mères des bébés au poids insuffisant. Informés de l'emploi positif des techniques de publicité et de commercialisation pour toucher les populations sous-alimentées d'Inde et d'Ecuador au moyen de renseignements pratiques en matière de régime alimentaire et de préparation de la nourriture, les diététiciens philippins du Conseil national de nutrition ont décidé d'essayer cette approche. Leur objectif spécifique consistait à convaincre les mères philippines d'enrichir avec des légumes hachés, de l'huile et du poisson la bouillie de riz fait à l'eau (*lugaw*) qu'elles donnaient à leurs enfants pour compléter le lait maternel. La tâche cachée, plus ardue que la diffusion de messages, consistait à détruire certaines idées incrustées et fausses — mais largement répandues — concernant les besoins nutritionnels du nouveau-né.

Les activités du projet ont commencé en 1975, lorsque l'Agence des Etats-Unis pour le développement international a accepté de fournir des fonds dans le but de notifier un contrat avec une société de publicité et de communication sociale basée aux Etats-Unis pour

collaborer avec des planificateurs philippins en matière de conception, d'exécution et d'évaluation de la campagne. La première étape engageait l'équipe américaine et ses homologues locaux dans un tour d'exploration à travers le site-cible (province d'Iloilo, population rurale de 700 000 personnes). Les premières visites ont été des tentatives dispersées destinées à rassembler des impressions tandis que des incursions ultérieures faisaient partie d'une enquête contrôlée de mères soigneusement choisies. L'enquête de base réalisée dans la zone a révélé que seuls 3 pour cent des mères avaient entendu parler de l'adjonction d'huile au *lugaw* et qu'aucune d'entre elles ne l'avaient, en fait, essayé. Un nombre plus important de mères (respectivement 5 et 17 pour cent) avaient essayé d'ajouter des légumes et du poisson au mélange.

La seconde étape du projet, destinée à la mise au point des messages, a été effectuée conformément aux principes suivis dans la publicité commerciale. Les conceptionnistes de messages ont supposé que la création d'un intérêt dans un domaine particulier requiert l'obtention d'une sympathie pour le promoteur de l'idée: un fait qui implique que l'on s'assure que le porteur du message soit sain d'esprit, sympathique, autoritaire et qu'il mérite le respect. Ils se sont également efforcés de s'assurer que le changement

envisagé ne soit pas considéré plus catégorique ou perturbant qu'il ne l'était en réalité. Ces croyances ainsi que d'autres idées semblables ont été la source des six pièces de 60 secondes qui ont été finalement mises au point, éprouvées, révisées, enregistrées et envoyées aux stations radiophoniques de la région.

Les six messages pré-enregistrés ont été diffusés par roulement à partir de 15 stations tant aux heures matinales qu'en soirée; heures auxquelles les familles rurales sont les plus susceptibles de prendre l'écoute. Dès le lancement des diffusions, les travailleurs du projet, recrutés localement, ont distribué des informations sur les concepts en promotion et sur la campagne elle-même aux centres sanitaires et réhabilitation nutritionnelle dans la zone du projet. Toute information pertinente ayant été mise au point en collaboration avec des médecins philippins dans un autre contexte a également été fournie aux stations radiophoniques en vue d'être diffusée en réponse aux demandes émanant des auditeurs. Les émissions se sont poursuivies sans interruption pendant un an.

Etant donné que l'on devait mettre à l'épreuve la portée des seuls messages radiodiffusés dans le changement des modèles nutritionnels, aucune autre activité éducative spéciale n'a été conduite durant la période de l'épreuve. Les docteurs, les infirmières et les travailleurs des collectivités rurales étaient informés des raisons liées à la campagne, mais ils n'ont pas été encouragés à établir des programmes spéciaux d'éducation.

RESULTATS:

Une étude précédant le projet, une enquête de mi-parcours menée en mai 1976, et un questionnaire postérieur au projet ont été utilisés pour évaluer l'incidence imputable à cette campagne. L'enquête de mi-parcours, réalisée en mai 1976, a révélé que le pourcentage des mères ajoutant de l'huile au *lugaw* est passé de 0 à 23 en huit mois. Le pourcentage des mères ajoutant des légumes est passé de 5 à 17 pour cent et celui des personnes ajoutant du poisson a été porté de 17 à 27 pour cent. Les valeurs comparables obtenues après l'enquête finale étaient de 24 pour cent pour l'huile; 17 pour cent pour les légumes 27 pour cent pour le poisson.

Les entrevues effectuées après le projet ont également révélé que le rôle de la radio en tant que source d'information sur la nutrition était prédominant sur l'audience-cible qui avait choisi d'adopter l'huile. D'autre part, une connaissance des programmes disponibles de service de nutrition et de santé et la participation dans ces programmes portaient plus précisément sur l'adjonction de légumes et de poisson, thèmes traditionnels de l'éducation nutritionnelle. Ces programmes n'ont aucune relation avec l'adjonction d'huile. Aussi peut-on conclure que l'innovation consistant à ajouter de l'huile est imputable aux messages radiophoniques.

Une enquête séparée d'auxiliaires sanitaires de la collectivité dans la région du projet a appuyé les conclusions de l'enquête sur les ménages.

A NOTER:

- Les phrases et les expressions que les mères utilisaient dans les entrevues préliminaires précédant le projet ont fait partie intégrante des scripts radiophoniques et des messages.
- Les auxiliaires sanitaires et nutritionnels locaux ont servi d'hôtes et de guides à l'équipe de l'enquête. Pour bon nombre d'entre eux, l'enquête offrait la première chance qu'ils rencontraient depuis des mois de visiter des endroits éloignés et de parler avec les personnes qu'ils étaient censés servir.
- Durant les premiers mois de la campagne, le "Message du docteur sur les légumes" était diffusé plus souvent que le "Message du docteur sur l'huile" tout simplement parce que les directeurs des stations ne comprenaient pas que chaque message devait recevoir le même degré de propagande, étant donné que chacun est vital et différent des autres. Ce problème a été clarifié dans une réunion avec les dirigeants des stations.
- La société de publicité basée aux Etats-Unis, qui s'est chargée de la campagne aux Philippines, a conduit des projets semblables en Ecuador, au Nicaragua et en République Dominicaine, ainsi que d'autres projets de communication sociale aux Etats-Unis.
- Une présentation sous forme de mini-drame a été choisie parce que la "novella" (ou feuilleton) est extrêmement populaire aux Philippines et parce qu'elle peut résoudre le conflit qui se présente chaque fois qu'une idée peu commune est présentée.
- D'après la société publicitaire chargée de la campagne, les avantages des émissions publicitaires brèves sont nombreux. Les coûts de production sont faibles, l'auditeur passif est touché, les émissions peuvent être insérées dans les programmes les plus appréciés et entre ceux-ci; en fin les émissions ne fatiguent pas l'auditeur comme c'est parfois le cas des conférences et des discussions.

REFERENCES:

- "Five Nutrition Projects That Use Mass Media," Joanne Leslie, *Development Communication Report*, septembre 1977.
- "Whose Milk Shall We Market Over the Mass Media?" Richard K. Manoff et Thomas M. Cooke, Manoff International Inc., League pour l'éducation internationale alimentaire, *Newsletter*, septembre 1977.
- "Innovative Uses of Mass Media for Food and Nutrition Promotion," Richard K. Manoff, article présenté lors de la neuvième réunion technique de groupe sur la nutrition et les médias de masse, Institut d'alimentation et de nutrition des Caraïbes, septembre 1976.
- "Changing Nutrition and Health Behavior through the Mass Media: Nicaragua and the Philippines, An Interim Report," Manoff International Inc., septembre 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Juillet 1978

PROJET POSHAK

Inde

AUDIENCE-CIBLE:	Enfants d'âge pré-scolaire et mères enceintes ou allaitant, dans la région rurale de Madhya Pradesh (environ 13 000 enfants et 2 500 femmes entre 1971 et 1975).
OBJECTIF:	Améliorer la situation nutritionnelle de l'audience-cible en mettant des suppléments alimentaires à leur disposition, en offrant une éducation de soins infantiles et en augmentant les soins sanitaires dans les cliniques en place.
MEDIAS:	Films, présentations de diapositives, dramatisations, graphiques instantanés et communication interpersonnelle.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	CARE, l'Agence des Etats-Unis pour le développement international, l'UNICEF, les autorités centrales de l'Inde et les autorités de l'Etat de Madhya Pradesh.
DUREE:	Commencé en 1971; achevé en 1975.
CONTACTS:	Tara Gopaldas, Care-India, B-28 Greater Kailash I, New Delhi 110048, India; Margot Higgins, 106 Third Street, N.W., Washington, D.C. 20002, USA; Tina Grewal Sanghvi, Office of Nutrition, Agency for International Development, SA-18, Department of State, Washington, D.C. 20523, USA.

DESCRIPTION:

Le Projet Poshak a été lancé en 1971 à Madhya Pradesh, principalement en vue de démontrer la possibilité d'utiliser le réseau public sanitaire en place (450 Centres sanitaires primaires et secondaires satellites) pour distribuer des suppléments alimentaires, offrir une éducation orientée vers les soins infantiles, fournir un complément de services sanitaires afin de rehausser l'état nutritionnel des enfants d'âge pré-scolaire, des femmes enceintes et des mères allaitant leur bébé. Son objectif secondaire visait à évaluer la composante coût-efficacité de divers types d'activités du programme, ainsi que des niveaux de supervision. Le projet comportait une phase de planification, une phase d'exploration, une phase extensive et une phase finale d'activité intensive à grande échelle. La phase d'exploration a été conduite dans quatre districts, la phase extensive dans sept, et la phase intensive (qui était orientée vers la recherche) dans un district.

Trois suppositions sous-tendaient Projet Poshak. L'une d'entre elles précise que les programmes alimentaires menés dans les écoles, les hôpitaux ou les cliniques n'exercent qu'une incidence minime sur les habitudes nutritionnelles à long terme des bénéficiaires, à moins d'être appuyés par des programmes d'éducation en matière de nutrition. La seconde est liée au fait que la

qualité de la nourriture nécessaire à un jeune enfant est plus souvent en question que la quantité, les parents doivent donc être convaincus de la sagesse des suppléments alimentaires avant que leurs enfants ne soient admis aux programmes d'alimentation. La troisième supposition relève du bénéfice qui découle de la participation de la mère et de la famille au programme, ce qui met l'accent sur l'avantage de donner la nourriture supplémentaire à l'enfant au foyer plutôt que dans un cadre institutionnel. Les trois suppositions étaient présentées dans les objectifs pratiques du projet: compenser une infrastructure insuffisante, en faisant du foyer plutôt que de la clinique, le point final de prestation; éduquer les familles des bénéficiaires de manière à leur faire comprendre l'importance de donner les suppléments alimentaires aux personnes concernées et d'intégrer les services sanitaires.

La formation du personnel consistait en sessions formelles d'une semaine auxquelles s'ajoutait une formation sur place. En tout, quatre sessions formelles ont été menées: la première pour des pédiâtres et tout autre personnel médical hautement qualifié, les trois sessions suivantes étaient destinées aux paramédicaux, aux auxiliaires sanitaires, aux infirmières et aux sage-femmes auxiliaires. Conçus en partie pour combler une

lacune dans les programmes d'étude de l'école médicale, ces cours ont été structurés de manière à laisser un maximum de temps pour la discussion, la participation et les réponses. Les participants ont été également informés des aspects pratiques de la gestion des programmes sanitaires de la collectivité. Les sujets analysés comprenaient la composition, la préparation et l'emploi de la nourriture destinée à être distribuée, l'utilisation du matériel et des médicaments pour relever les services médicaux et la manipulation des médias pédagogiques.

Des brochures ont été distribuées durant l'étape préparatoire du projet en vue d'estomper les doutes des participants futurs au sujet des motivations du personnel du projet et pour susciter l'intérêt au projet. Durant l'étape opérationnelle, le personnel paramédical s'est servi de simples documents visuels au cours de ses visites bimensuelles à chaque famille inscrite au programme. On a pris soin de vérifier que les images, tableaux de présentation et diapositives, illustrent des objets familiers (une vache et un seau, et non un récipient de lait en verre pour représenter le lait par exemple). Les présentations de diapositives ont rencontré beaucoup de succès étant donné que les projecteurs fonctionnaient sur piles, mais l'absence de camionnettes, de génératrices et d'autres matériels d'équipement ont rendu l'emploi de films virtuellement impossible.

RESULTATS:

Au cours des quatre années qu'a duré le Projet Poshak, la consommation d'alimentation des bénéficiaires a augmenté régulièrement, d'une manière significative. De surcroît, des avantages indirects sont nés du Projet. Par exemple, le blason des auxiliaires sanitaires a été redoré aux yeux des villageois, la fréquentation des centres sanitaires primaires a connu une hausse, et un nombre plus important de personnes a participé aux campagnes d'immunisation ainsi qu'aux programmes de planning familial.

Les personnes menant l'étude de factibilité ont éprouvé de problèmes dont la plupart étaient de nature logistique et administrative. Ces problèmes comprenaient entre autres: l'apathie aussi bien de la part de l'audience-cible que des travailleurs du projet; une interprétation erronée des objectifs du projet; le manque de personnel; la préoccupation du personnel médical au sujet des programmes curatifs et de planning familial, au détriment de la nutrition; et les changements du mélange alimentaire distribué dans le cadre du programme. Le climat de la région et sa géographie posaient également des problèmes, dont certains étaient pratiquement insurmontables.

On peut soutenir que le Projet Poshak a connu le succès dans la mesure où un nombre important de femmes et d'enfants démunis et sous-alimentés, répartis dans plus de 500 villages et 12 districts, ont bénéficié d'une meilleure santé, comme résultat immédiat. Etant donné que l'orientation principale de l'expérience consistait à éprouver la factibilité liée à l'emploi d'une structure de service spécifique, l'efficacité, le coût et la possibilité de duplication sont les critères adéquats

permettant de juger l'incidence du projet. En fonction de ces critères, il semble que le projet ait également connu un succès vu que bon nombre des obstacles rencontrés n'ont pas eu de répercussion sur la distribution efficace de la nourriture, des documents d'enseignement et du matériel: ce qui était l'essence de l'expérience.

A NOTER:

- Le parrainage gouvernemental du programme de planning familial a été accueilli avec une attitude négative marquée lors du lancement du programme. Toutefois cette attitude s'est entièrement inversée quelques mois après le lancement du programme de nutrition. Le personnel du Centre sanitaire a attribué ce changement à l'accroissement des rapports, aux visites à domicile et à la disponibilité d'aliments et d'éducation aux Centres sanitaires.
- Sur le volume total des aliments emportés à domicile, 30 à 50 pour cent ont été consommés par des enfants ayant entre 1 et 3 ans, 10 pour cent par des bébés de moins d'un an, et le reste par les autres membres de la famille. Les femmes enceintes n'ont consommé que 25 pour cent de la nourriture qui leur était destinée et les femmes allaitant n'en ont consommé que 60 pour cent.
- Trois études menées en tant que partie intégrante de ladite expérience couvraient: 1) les effets comparatifs entre les suppléments alimentaires gratuits et ceux qui sont à acheter; 2) l'efficacité relative à l'emploi d'écoles villageoises par opposition aux cliniques sanitaires en tant que centres de distribution; et 3) les avantages et les inconvénients de fournir des rations soit à consommer dans les cliniques soit à emporter.
- Bien qu'elles aient été invitées explicitement à participer au programme, bon nombre de femmes enceintes ont refusé par crainte que la confirmation de leur grossesse ne les expose à un "mauvais oeil"; elles ont refusé de se laisser examiner par un docteur du sexe masculin ou n'ont pas vu le besoin de prendre conscience des besoins alimentaires supplémentaires durant leur grossesse.
- Madhya Pradesh a été choisi pour être le site du projet, en partie parce que cette région représente un environnement difficile. La majeure partie de ses terres sont stériles, ses quelques habitants sont dispersés et difficiles à atteindre et son niveau de revenu moyen figure parmi les plus faibles de l'Inde.

REFERENCES:

- "The Poshak Nutrition Project in India," Margot Higgins dans *Nonformal Education and the Rural Poor*, Richard O. Niehoff, ed., Michigan State University, 1977.
- "Project Poshak: An Integrated Health-Nutrition Macro Pilot Study for Preschool Children in Rural and Tribal Madhya Pradesh," (2 volumes) CARE Inde, 1975.
- "Nutrition Planning," volume 1, N° 1, février 1978.

Clearinghouse on Development Communication
Janvier 1979

CAMPAGNE DE PUBLICITE SUR LA NUTRITION

Tunisie

AUDIENC-CIBLE:	Familles déshéritées dans les régions démunies rurales et urbaines.
OBJECTIF:	Eprouver l'efficacité de la combinaison de l'éducation face-à-face existante avec l'éducation nutritionnelle radiodiffusée peu coûteuse.
MEDIAS:	Radiodiffusion et communication interpersonnelle.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	L'Agence des Etats-Unis pour le développement international et l'Institut national de nutrition (INN) de la Tunisie.
DUREE:	Conçu en 1975; phase pilote achevée en 1978; activités en cours sous l'égide de l'INN.
CONTACTS:	Sara J. Munger, Synetics Corporation, 4790 William Flynn Highway, Allison Park, Pennsylvania 15101, USA; Dr. Zouhair Kallal, Directeur, Institut national de la nutrition et de la technologie alimentaire, 11 rue Aristide Briand, Bab Saadoun, Tunis, Tunisie.

DESCRIPTION:

Une enquête nationale de nutrition réalisée en 1975 par l'Institut national de nutrition (INN) de la Tunisie a révélé que plusieurs problèmes sérieux de nutrition accablaient la majorité démunie de Tunisie. Parmi ceux-ci, les principaux problèmes consistaient en carences de vitamines provenant des pratiques afférentes à la croissance des enfants suivant lesquels: les nourrissons restent emmaillotés et non exposés aux rayons du soleil; les bébés ne reçoivent pas de complément nutritif outre le lait maternel; et l'on ne nourrit pas les jeunes enfants d'aliments riches en protéines. La confirmation de ces problèmes a encouragé l'INN à offrir son appui à une campagne à base des médias visant à informer les parents des bébés quant aux pratiques nutritionnelles simples qui promettent de remédier aux déficiences identifiées et de les motiver à adopter ces pratiques. Dans le même temps, le Bureau de soutien au développement de l'AID des Etats-Unis avait passé un contrat de sous-traitance avec un bureau d'études américain, en vue de mener un projet expérimental visant à déterminer les moyens permettant de combiner l'emploi des médias populaires avec l'éducation fonctionnelle en place. Après avoir sélectionné la Colombie, le Honduras et la Tunisie comme sites possibles pour le projet, l'AID a choisi la Tunisie comme site de projet le plus représentatif et le plus réceptif.

La radio a été sélectionnée en tant que média pour cette campagne parce qu'elle semblait être le meilleur moyen de toucher le plus grand nombre de mères en

milieu rural. Dès le début du projet, les consultants et l'INN ont décidé d'utiliser des messages courts radiodiffusés, par opposition aux programmes de discussion plus longs. Cette décision se fondait en partie sur des expériences antérieures réalisées au Nicaragua et aux Philippines qui ont illustré que des messages simples répétés peuvent être efficaces pour dispenser une éducation nutritionnelle à une population très nombreuse. Les messages radiophoniques ont été systématiquement élaborés et ont été mis à l'épreuve au préalable dans des cliniques locales de Santé materno-infantile (SMI). Les membres de la Diffusion radiophonique nationale y ont ajouté de la musique et des introductions.

On a choisi cinq thèmes de base: l'importance d'exposer les enfants en bas âge aux rayons du soleil; les besoins des bébés en matière d'alimentation complémentaire durant leur première année; la place occupée par les oeufs et les aliments protéiques dans les régimes alimentaires des mères et des jeunes enfants sains; l'addition de légumes au régime du jeune enfant et de la mère; et l'importance de l'allaitement. Le thème des "fruits et légumes" par exemple, a reçu sept traitements différents et le thème "emploi de protéines" en a reçu neuf. Le porteur de ces messages est le "Dr. Hakim", personnage fictif désormais réputé et respecté, qui fournit des conseils pratiques (et dont le nom signifie "homme sage" en arabe).

Le calendrier des émissions a été dressé de manière à permettre à la fois aux pères et aux mères d'écouter les

messages. Au début deux messages (d'une durée unitaire de une à deux minutes) étaient transmis trois fois par jour. Mais durant les premières semaines du programme, les critiques émanant de tunisiens instruits ont conduit les programmeurs à réduire les programmes à seulement deux émissions par jour. Cette critique portait sur l'absence de certains aliments prônés dans les programmes et traduisait également le sentiment de certains tunisiens que des messages succincts, répétés souvent insultaient l'intelligence tunisienne. Ces plaintes se sont toutefois estompées lorsque des pays voisins ont témoigné leur intérêt pour reproduire le programme tunisien, et lorsque le personnel de l'INN a répondu directement aux critiques publiées, se ralliant par là le soutien de la presse.

L'incidence imputable à la campagne d'éducation a été examinée par le biais d'entrevues avec les mères ayant participé aux cliniques SMI. Le projet stipulait que l'on retienne 16 cliniques: huit cliniques dans lesquelles on donnerait un séminaire d'une demi-journée aux sages-femmes et infirmières en vue de renforcer l'éducation fonctionnelle en matière de nutrition, et huit cliniques dans les quelles les émissions radiophoniques ne seraient pas complétées par des séminaires. Un questionnaire a été mis au point et éprouvé au préalable pour l'utilisation à la fin de six mois d'émission en vue de déterminer les connaissances, attitudes et pratiques de participants relatives aux cinq thèmes soulignés dans le projet.

RESULTATS:

Le succès le plus évident du programme a consisté en l'adoption des communications populaires en tant que stratégie en cours pour l'éducation dans le domaine de la nutrition par l'Institut national de nutrition. Le projet se fonde sur une formation et un développement nécessitant un investissement relativement modeste, et se déroule dans un cadre dans lequel la publicité par les moyens d'expression de quelque nature que ce soit étaient pratiquement inexistantes. Cet engagement envers la poursuite de la communication démontre, peut-être de façon plus tangible que n'importe quelle statistique d'évaluation, la conviction du personnel de l'Institut de nutrition que les communications peuvent apporter une contribution importante à la fourniture d'une éducation nutritionnelle à un grand nombre de démunis du milieu rural.

Les données de diverses sources, y compris aussi bien des commentaires anecdotiques que des entrevues en profondeur, indiquent que la figure de proue du programme, le Dr. Hakim, est un individu de réputation nationale en Tunisie. Quatre-vingt huit pour cent des mères enquêtées ont reconnu le Dr. Hakim lorsqu'on leur a demandé qui transmettait les messages de nutrition à la radio. Par le biais du Dr. Hakim, la nutrition est devenue un sujet de préoccupation générale à travers le pays. Le pouvoir inhérent au programme du Dr. Hakim, de toucher la société tunisienne, a été établi de façon concrète.

La complexité de la collecte de données d'évaluation fiables sur des changements spécifiques dans le compor-

tement nutritionnel d'une population rend les jugements relatifs au succès éducationnel du programme moins concluants. En même temps que les réponses à certaines rubriques sur le questionnaire d'évaluation, les rapports des cliniques illustrant un accroissement aigu de l'emploi du SAHA (un aliment complémentaire recommandé dans les programmes radiophoniques) suggèrent que les connaissances des mères, et peut-être même leur comportement, ont été influencés de manière positive par le programme. Si l'on accepte que bon nombre des indicateurs objectifs peuvent être manipulés, les faits rapportés personnellement concernant l'exposition au soleil des enfants en bas âge sont des signes positifs de succès possible. Il reste à résoudre de nombreuses questions relatives à la capacité des communications à réellement modifier le comportement des habitants et ce domaine est lié au soutien accru à la nécessité de mettre au point des stratégies de mesure qui soient créatrices et innovatrices.

A NOTER:

- Bien que ce projet ait été mené avec le concours de consultants, la prise fondamentale de décisions n'a pas été enlevée aux tunisiens.
- Aucun contrôle n'a pu être exercé sur la réception des messages radiophoniques. (La plupart des familles en Tunisie disposent au moins d'un poste de radio).
- La société tunisienne, l'Institut El Amouri de psychologie appliquée a, par le biais d'un contrat de sous-traitance, été engagée pour contribuer à la mise au point de message ainsi qu'à la collecte des données.
- Les programmes radiophoniques ont été produits en arabe et, malgré la contribution quelque peu limitée du contractant au contenu du message final, ces derniers n'ont donc pas souffert de "l'effet de traduction".
- Les programmes radiophoniques n'étaient pas des publicités, diffusées à haute vélocité, mais plutôt des allocutions courtes sur des sujets choisis à incidence de nutrition.
- Au sens étroit, la conception du projet utilisée n'est valable que si deux groupes distincts sont disponibles pour l'expérience, ce qui n'était pas ici le cas, étant donné que les auxiliaires sanitaires ont parlé aux groupes de contrôle.
- La puissance de l'impact des diffusions était probablement imputable en partie au fait que les messages étaient destinés à un environnement privé des médias.
- Des séminaires et des réunions spéciales ont été conçues pour inciter les travailleurs des cliniques à lier leurs efforts d'éducation existants aux programmes radiophoniques.

REFERENCES:

"Mass Media and Nonformal Nutrition Education:

Final Study Report," Sara J. Munger, document C-T0696-Y, Synectics Corporation, octobre 1978.

Documents de projet non publiés, datés de 1976-1978.

"A New Voice in the Village—Radio Nutrition Education in Tunisia." William Smith, une bande vidéo réalisée par l'Académie pour le développement

de l'éducation pour l'Agence du développement international, 1979.

Clearinghouse on Development Communication
Avril 1979.

PROGRAMME DES MEDIAS DE MASSE OU PROGRAMME D'EDUCATION DIRECTE

Mexique

AUDIENCE-CIBLE:	Mères d'enfants ayant cinq ans ou moins.
OBJECTIF:	Mettre à l'épreuve l'efficacité des techniques des médias de masse comparées aux méthodes directes d'éducation pour la transmission des concepts fondamentaux d'hygiène, de santé et de régime alimentaire.
MEDIAS:	Radio, brochures, affiches, communication interpersonnelle.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Institut National de la Nutrition, Conseil National de Science et de Technologie du Mexique.
DUREE:	1976.
CONTACTS:	Maria Teresa Cerqueira, chercheur principal, División de la nutrición, Instituto de la nutrición, Av. San Fernando y Viaducto, México, 22, D.F., México.

DESCRIPTION:

En 1976, le Mexique a mis en œuvre un projet visant à comparer l'efficacité des médias de masse par rapport à l'éducation directe dans le domaine de la transmission des informations sur la santé et la nutrition des mères rurales ayant des enfants de cinq ans ou moins. Trois collectivités rurales ont été retenues pour le projet: l'une pour recevoir une information nutritionnelle dans le cadre traditionnel des salles de classe, la seconde grâce à l'emploi des médias de masse et la troisième pour servir de groupe de contrôle. Des évaluations de la collectivité ont été entreprises en vue de garantir des populations homogènes répondant aux critères suivants: 1) économies fondées sur l'agriculture, 2) populations approximativement égales, 3) accès égal aux centres urbains ou de marché, 4) services équivalents, tels que l'eau, l'électricité, l'éducation et la réception radiophonique, et 5) pas de services sanitaires locaux. Les trois collectivités sont situées dans le même état, à environ 150 kilomètres à l'ouest de la ville de Mexico.

Une étude de marché a été réalisée en vue d'identifier les aliments disponibles localement. Une enquête sur le régime alimentaire a été menée en vue de déterminer les habitudes dans ce domaine, d'un échantillon aléatoire de 120 mères ayant des enfants de cinq ans ou moins. Enfin, un questionnaire a été soumis à l'échantillon de mères en vue de déterminer leur niveau de connaissances en matière de nutrition. Chaque entrevue a duré environ 20 minutes, et a été menée par trois

étudiants avancés en nutrition.

Le programme d'éducation directe (en salle de classe) a été enseigné par trois étudiants de nutrition pendant une période de 12 semaines. Deux réunions de classe d'une durée unitaire de deux heures ont été organisées chaque semaine, avec la présentation des principes et leur discussion un jour et la démonstration et la pratique le jour suivant. Au total quatre cours ont été abordés, chacun s'épuisant en trois semaines. Le premier cours précisait le budget nécessaire à un régime adéquat, l'addition de fruits et légumes, et la préparation de plats nutritifs à faible coût. Le second cours était centré sur l'alimentation des enfants en bas âge, la nutrition, l'allaitement, les aliments solides et les aliments à faible coût pour enfants en bas âge. Le troisième cours couvrait les régimes durant la grossesse, la variété et les tabous particuliers aux aliments. Le dernier cours concernait l'hygiène pour le nettoyage, la préparation et la conservation des aliments et des ustensiles.

La campagne des médias de masse a été menée durant la même période de 12 semaines. On a utilisé des messages radiodiffusés, des brochures et des affiches pour couvrir les mêmes sujets que les quatre unités éducatives. Les messages radiodiffusés consistaient en quatre chansons d'une durée de trois minutes chacune. Chaque chanson a été radiodiffusée pendant trois

semaines une heure sur deux. Les chansons traitaient de thèmes identiques aux quatre unités. Trois brochures ont été distribuées aux mères dans la population d'échantillonnage, ainsi qu'aux écoles, églises et magasins locaux. Le premier traitait du régime, de combinaisons d'aliments et de l'importance de la diversité dans la consommation alimentaire. Le second couvrait la nutrition des enfants en bas âge et la préparation de leur nourriture. Le troisième illustrait la préparation d'une purée avec des fèves et la pâte de tortilla. Les trois brochures ont été disponibles chacune pendant un mois. Les quatre affiches ont également été conçues en vue de correspondre aux quatre sujets. Chaque affiche a été distribuée à la population de l'échantillon des mères et affichée dans les écoles, églises, magasins et autres zones publiques de la collectivité. Les affiches ont été distribuées toutes les trois semaines dans la même séquence que les sujets éducatifs.

Après l'achèvement de la campagne de 12 semaines, on a mené une étude dans les trois collectivités en vue de déterminer la quantité d'information que chaque collectivité avait reçue. Le questionnaire donné avant le programme a été soumis à nouveau au mêmes personnes, mais les questions se trouvaient dans un ordre différent, afin de déterminer le changement des niveaux de nutrition dans les trois collectivités. En fait, le questionnaire a été soumis quatre fois: immédiatement avant et immédiatement après le projet, à nouveau trois mois plus tard, enfin un an après le programme. Lors de la soumission finale du questionnaire, une enquête cherchant à savoir ce que les enquêtés avaient mangé la veille a été réalisée en vue de déterminer les habitudes culinaires de la population du sondage. Etant donné que le questionnaire mesurait le changement des connaissances en matière de nutrition, et que l'enquête alimentaire mesurait le changement intervenu dans les habitudes de consommation, le projet a été à même de comparer l'efficacité des deux campagnes pour ce qui était de changer les attitudes et le comportement.

RESULTATS:

Traditionnellement, on pensait que les médias de masse, de par leur nature impersonnelle, tout comme la radio, ne pouvaient faire concurrence à la communication interpersonnelle pour modifier les attitudes et le comportement intime à long terme, par exemple, la consommation alimentaire. Aussi pouvait-on s'attendre que le groupe de la salle de classe obtienne des résultats supérieurs en matière de connaissance et d'adoption d'habitudes nutritionnelles. Dans la présente campagne, toutefois, les groupes ayant été traités en salle de classe

ou par les médias de masse ont appris les concepts nutritionnels de manière égale. Le groupe de la classe a perfectionné ses connaissances en matière de nutrition de 53 pour cent, tandis que le second groupe a rehaussé les siennes de 54 pour cent. Il fût curieux de constater que le groupe de contrôle a augmenté ses connaissances de nutrition de 19 pour cent. On ne lui destinait aucun des deux traitements, mais il se trouvait suffisamment proche de la collectivité recevant les média de masse pour profiter des émissions. Ce "débordement" des messages pourrait justifier la hausse de 19 pour cent enregistrée au niveau des connaissances.

Les habitudes alimentaires tant du groupe de salle de classe que de celui exposé aux médias de masse ont changé de manière positive. Le groupe de salle de classe a noté qu'il mangeait trois fois plus de fruits, de poisson et d'huile, tandis que l'autre a quadruplé sa consommation de poisson, de fruits et légumes. Les deux groupes de traitement ont diminué leur consommation de lard, de maïs et de sodas. Il est intéressant de souligner que les habitudes de consommation du groupe de contrôle ont également changé, mais pour empirer. La consommation de produits de luxe moins nourrissants, tels que le sucre, le pain et sodas s'est accru, tandis que la consommation de denrées nutritives traditionnelles comme les fèves et les pois a diminué.

A NOTER:

- L'économie peut avoir influencé l'évolution des habitudes, étant donné qu'au cours de l'année d'expérience, le prix du lard a presque doublé, tandis que celui de l'huile végétale est resté inchangé.
- Le poisson et les légumes n'étaient pas traditionnellement consommés avant les campagnes.

REFERENCES:

- "A Comparison of Mass Media Techniques and Direct Method for Nutrition Education in Rural Mexico," *Journal of Nutrition Education*, Volume II, N° 3, juillet-septembre 1979, pp. 133-137.
- "Los Medios Masivos de Comunicación, un Instrumento Util en la Enseñanza de la Nutrición," *Cuadernos de Nutrición*, Volume 3, juillet-août-septembre 1978, pp. 287-295.

Clearinghouse on Development Communication
Avril 1980

CAMPAGNE DE PLANNING FAMILIAL SUR LE THEME "AYEZ BON COEUR"

Jamaïque



AUDIENCE-CIBLE:	Les hommes et femmes de la Jamaïque en âge de procréer.
OBJECTIF:	Convaincre la population de l'impact du planning familial sur la qualité de la vie et éliminer la croyance que fertilité est synonyme de virilité ou de féminité.
MEDIAS:	Radio et journaux.
BAILLEURS PROMOTEURS:	Le Conseil National de Planning Familial.
DUREE:	Commencé en 1975; en cours.
CONTACTS:	Norma Soas, National Council of Family Planning, 5 Sylvan Avenue, P.O. Box 287, Kingston 5, Jamaica.

DESCRIPTION:

Le campagne de Planning Familial sur le thème "Ayez bon coeur" débuta quand le Gouvernement de la Jamaïque réalisa la nécessité de renforcer son programme de planning familial s'il voulait parer au manque de nourriture, à la surpopulation, au sous-emploi et au chômage. Le projet était l'aboutissement d'une série d'efforts gouvernementaux commencés en 1970 dans le but d'accroître l'intérêt et la réceptivité des Jamaïcains aux moyens prophylactiques. Tandis que les campagnes précédentes avaient eu pour thème "Planifiez votre famille. Améliorez votre vie" et "Jeunes Filles, vous n'avez pas besoin de devenir enceintes" et insistaient sur les bénéfices du planning familial pour l'individu, le projet "Ayez bon coeur" mettait l'accent sur des notions de considération pour les autres et de préoccupation pour l'avenir autant que sur l'intérêt individuel.

La phase d'information publique de la campagne "Ayez bon coeur" débuta en 1975 par des annonces à la radio et dans les journaux afin de familiariser les Jamaïcains avec bon nombre de méthodes contraceptives et d'encourager plus particulièrement l'utilisation de la pilule et de la capote anglaise et de créer une prise de conscience quant au rôle du planning familial dans le développement personnel et national. Une série de 34 émissions radiophoniques sur l'Education Familiale, d'une durée de cinq minutes chacune, traita des rôles et des structures dans les familles, de la nutrition, de l'importance de l'intimité au sein du foyer et d'une douzaine d'autres sujets liés à la taille de la famille.

Plus tard des émissions radiophoniques traitèrent de la sexualité et du planning familial de façon plus explicite. Entre autres, elles donnèrent des conseils sur la façon de choisir une méthode de contraception, la manière d'expliquer la reproduction et la conception aux enfants, comment le bébé se développe dans le ventre de la mère, comment avoir des consultations et comment éviter les maladies vénériennes.

La phase actuelle du projet "Ayez bon coeur" comprend essentiellement des messages publicitaires d'une page entière dans les journaux. Les images et le texte renforcent des messages communiqués auparavant, élargissant le champ de discussion sur le planning familial vers des sujets tels que le mauvais traitement d'enfants, la physiologie de la reproduction humaine, et provoquent des demandes d'information par milliers.

RESULTATS:

Dans les neuf mois suivant le démarrage de la campagne, un système commercial pour la distribution de préservatifs a été mis en place de façon à atteindre les Jamaïcains qui ne l'avaient pas été jusque là. Non seulement les produits recommandés et distribués pendant la campagne "Ayez bon coeur" se vendirent bien mais les ventes des produits de contraception montèrent en flèche. De plus, comme résultat direct de la campagne un Bureau de Conseils (auquel le public peut écrire, téléphoner ou venir pour des consultations)

fut établi par le Conseil National pour le Planning Familial.

L'utilisation des communications de masse dans la campagne "Ayez bon coeur" eut un tel succès que les activités du Conseil National pour le Planning Familial prévues jusqu'en 1980 suivront une même démarche poussant l'approche encore plus loin de façon à inclure une utilisation encore plus grande des réseaux de communication dans la communauté.

A NOTER:

- Les préservatifs furent mis en vente sous le nom de "Panthère" tandis que l'on appela les pilules "Perle." L'emballage des deux produits était esthétique et faisait appel aux idées traditionnelles des rôles féminins et masculins.
- Des méthodes publicitaires typiques furent introduites en conjonction avec des annonces à la radio et du matériel imprimé, le tout avec discussions et réponses.
- Pour rendre la dissémination de l'information plus facile, l'équipe de la campagne identifia quatre

groupes de base: "La nouvelle génération," "La génération mal informée," "ceux qui forment les opinions" et les écoliers. Chaque groupe fut contacté individuellement.

- Plus de 75 pour cent des personnes contactées récemment par l'Institut des Communications de Masse de l'Université des Antilles disent accepter le concept de planning familial comme élément positif dans le développement de la Jamaïque.

REFERENCES:

- "Jamaica's Family Planning Communication Program Now Based on Have a Heart." *IEC Newsletter*, No. 25/26, East-West Center, Honolulu, Hawaii, 1977.
- "Use of Community Media Resources in a Communication Enterprise," Norma Soas, Caribbean Food and Nutrition Institute, Mimeo J-113-76, Trinidad, Septembre 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Juin 1977

DEMONSTRATION DE PLANNING FAMILIAL A ISPAHAN

Iran

AUDIENCE-CIBLE:	Les femmes iraniennes dans les zones urbaines et rurales.
OBJECTIF:	Accroître l'acceptation par les femmes des méthodes de contraception et stimuler leur usage continu parmi celles participant déjà à des programmes de planning familial.
MEDIAS:	Banderoles, matériel envoyé par la poste, films, radio, télévision, affiches, expositions.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	"Iran Population and Family Planning," le Ministère de la Santé en Iran
DUREE:	La phase de démonstration dura de juin 1972 à juin 1974; des projets semblables sont introduits à présent ailleurs en Iran.
CONTACTS:	Dr. Mehdi Loghmani, Directeur Adjoint, Ministère de la Santé, 212 Abbas Abad St., Isfahan, Iran; Roy C. Treadway, Illinois State University, Normal, IL 61761, U.S.A.; Robert Gillespie, Director, Population Communications, 295 West Green Street, Pasadena, CA 91105, U.S.A.

DESCRIPTION:

La démonstration de planning familiale à Ispahan constitue un exemple d'approche intégrée. Réalisé en Iran de juin 1972 à juin 1974, ce projet utilisa de façon simultanée cinq moyens pour atteindre la population visée: (1) cliniques publiques et privées; (2) pharmacies locales et fournisseurs; (3) médecins à temps complet et personnel para-médical, tous spécialistes en planning familial; (4) organisateurs communautaires, à mi-temps; et (5) réseaux de communications de masse. Tous les aspects du programme avaient été testés au préalable à Najafabad et Shahreza et indiquaient divers degrés d'acceptation de planning familial. Les responsables du projet souhaitaient formuler une approche intégrant les différents éléments du projet.

Le Programme National Iranien pour le Planning Familial a commencé en 1967, et le Projet de Communications d'Ispahan, en août 1970, montrèrent la voie pour un Projet Modèle. La section de communications du projet de Planning Familial, qui exista huit mois, utilisa la radio, les films, la publicité envoyée par la poste, ainsi que des pamphlets, des banderoles, et des dépliants insérés dans les journaux et périodiques, et une camionnette d'information servit pour solliciter de nouvelles demandes de Planning Familial. En même temps, le projet "General Functionary" aida à atteindre les buts du projet de communication en éduquant certains membres de groupe visé dans cette étude dans

les aspects socio-économiques de la croissance de la population, aux avantages du Planning Familial et à l'utilisation des moyens de contraception.

Des représentants de certaines agences gouvernementales ou semi-gouvernementales (le Lion Rouge et l'Association Soleil, l'Organisation Impériale des Services Sociaux, et autres) travaillèrent étroitement avec le personnel du Projet Modèle pour l'installation de près de 20 centres d'insertion de stérilet et 49 centres d'approvisionnement en pilules et capotes dans 41 villages.

RESULTATS:

En gros, le Projet Modèle de Planning Familial fut un succès: le nombre de femmes mariées entre 15 et 44 ans utilisant la contraception passa de 6 à 21 pour cent entre juin 1972 et juin 1974. Les taux de cessation (23 pour cent pour les utilisateurs du stérilet et 20 pour cent les utilisateurs de la pilule) furent assez élevés mais les aspects de motivation et d'impact éducatif du projet semblent aussi avoir été appréciables. Presque toutes les femmes étudiées (96 pour cent) connaissent l'existence et les façons de se procurer des moyens contraceptifs, et 48 pour cent d'entre elles ont essayé au moins une méthode.

Les évaluateurs signalèrent le fait que le personnel

médical et para-médical avait le plus grand impact sur la réceptivité des femmes envers la contraception. Le rôle que les communications de masse jouèrent en renforçant la communication inter-personnelle — messages reçus par amis et familles qui, à leur tour, les livrèrent aux femmes, reste une variable d'importance peu connue, mais capitale. Les études qui suivirent n'eurent pas pour but d'évaluer l'efficacité des films, pamphlets, annonces radiophoniques, et dépliantes des journaux et magazines pour renforcer le projet modèle ou le message lui-même.

A NOTER:

- On enrôla la coopération des membres de la communauté locale - enseignants chefs de villages, sages-femmes, encadreurs d'agriculture, coiffeurs, travailleurs du Corps d'Alphabétisation et chauffeurs de taxis - pour augmenter le nombre de personnes acceptant pilules, capotes et stérilets. Ces agents de liaison, pour la plupart volontaires, ne recrutèrent que 20 pour cent des nouveaux adeptes mais on jugea que le support et la confiance qu'ils donnèrent au projet furent essentiels.

- Les messages des communications se concentraient sur deux questions: "Qu'est ce qui vaut mieux, deux ou trois enfants" et "Quelle est la meilleure méthode, stérilet, pilule ou stérilisation?"
- Durant la campagne des communications de masse, une équipe de cinéastes tourna un film pour le compte de l'UNESCO, "Communications de Masse et Encadreurs sur le Terrain" pour montrer comment les communications de masse renforcent la communication interpersonnelle. Ce film peut s'obtenir au Département pour le Développement de la Communication Appliquée, UNESCO, 7 Place de Fontenoy, 75700 Paris, France.

REFERENCES:

- "The Model Family Planning Project in Isfahan, Iran," Roy C. Treadway, Robert W. Gillespie, et Medhi Loghmani, *Studies in Family Planning*, Volume 7, No. 11, New York, New York, November 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Juin 1977

APPROCHE COMPARATIVE ENTRE DES PRINCIPES D'AGRICULTURE ET LE PLANNING FAMILIAL

Philippines

AUDIENCE-CIBLE:	Les habitants ruraux des Philippines.
OBJECTIF:	Introduction du planning familial dans les milieux ruraux sans utilisation de termes techniques peu connus.
MEDIAS:	Feuillets volants, bandes illustrées, communications interpersonnelles.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	L'Institut International Pour la Reconstruction Rurale (IIRR) avec des capitaux venant de "SCAIFE Charitable Family Trusts," la Fondation pour les Communications en Asie (CFA) et l'Assistance Internationale pour le Planning Familial (FPIA).
DUREE:	Projet commencé au début de l'année 1974; évaluation en cours.
CONTACTS:	Dr. Juan Flavio, International Institute of Rural Reconstruction, Silang, Cavite, Philippines; Dr. Hans Groot, IIRR.

DESCRIPTION:

L'Institut International pour la Reconstruction Rurale et la Fondation pour les Communications en Asie décidèrent d'utiliser les fonds de la FPIA pour développer et produire conjointement du matériel imprimé pouvant servir au planning familial. En 1974 ces organismes décidèrent de produire des feuillets volants et des bandes dessinées utilisant le concept d'analogie entre l'agriculture et le planning familial. Ils se mirent d'accord plus particulièrement pour créer et pré-tester une série de 12 bandes dessinées et de quatre feuillets volants pour encourager l'emploi de la méthode d'enseignement utilisant le concept d'analogie avec l'agriculture.

Cette méthode fut développée il y a quelques années par le Dr. Juan Flavio de l'IIRR avec des fonds de SCAIFE, pour familiariser la population rurale avec de nouveaux concepts sans avoir à introduire des termes dont elle n'avait jamais entendu parler. Les idées essentielles reposent sur l'utilisation de parallélismes ou d'analogies dérivées de l'agriculture pour expliquer de nouvelles idées, sur la dépendance des fermiers eux-mêmes pour la création de ces analogies car ils forment le support des groupes de discussion: ces groupes comprennent de sept à dix membres; ils montrent l'importance de la responsabilité personnelle vis à vis de la communauté.

Le matériel en couleur préparé pour le projet met l'accent sur le "pourquoi" du planning familial avant de mentionner le "comment." Publiées mensuellement, les

16 bandes dessinées contenaient chacune deux histoires sur un thème agricole et un dépliant illustré liant ce thème au planning familial. Les feuillets volants montraient un ensemble de deux images, l'une liée à une activité de planning familial et l'autre à une activité agricole, unies par une seule légende. Les analogies spécifiques et les thèmes furent sélectionnés soigneusement après que l'équipe du projet ait passé une semaine à vivre parmi les fermiers et les pêcheurs que l'on visait.

Une fois le matériel préparé et pré-testé, il fut distribué par approximativement 20 centres ruraux pour la santé dans la province de Cavite. 50.000 copies de chaque numéro des bandes dessinées et 200 feuillets volants en 15 parties furent distribués afin de tester le principe que les communications de masse pouvaient élargir la sphère d'influence d'un spécialiste en planning familial. Aussi d'intérêt pour les responsables était la réceptivité des populations aux communications familiales, au langage et aux exemples à utiliser pour présenter une information étrangère.

RESULTATS:

Selon les rapports préliminaires de l'IIRR, le taux de fécondité parmi les femmes de Cavite diminua grâce à l'expérimentation utilisant les analogies entre l'agriculture et les connaissances actuelles sur le planning familial. La fertilité baissa aussi parmi les femmes contactées par les spécialistes en planning familial

employant des méthodes plus conventionnelles, mais de façon moindre que dans le groupe expérimental.

Les moyens de communication utilisés dans la campagne furent évalués par diverses agences. La compagnie J. Walter Thompson, agence publicitaire commerciale, conduisit trois séries d'interviews dans quatre villages de Cavite afin de définir la portée des bandes dessinées. Elle découvrit que les bandes dessinées transmettaient de manière appropriée les données concernant le "quoi" et le "comment" du planning familial mais avaient peu d'influence quant aux attitudes pratiques des mères. Elle découvrit aussi, bien que les bandes dessinées transmettaient bien les messages sur le planning familial, leur valeur aurait été accrue s'il y avait également des discussions sur les effets secondaires des diverses méthodes de contrôle des naissances. En analysant les feuillets volants, l'Université des Philippines découvrit que les tableaux étaient plus efficaces que les moyens d'instruction traditionnels pour éveiller l'intérêt d'un public rural et accroître ses connaissances sur le planning familial.

A NOTER:

- Les tentatives précédentes pour enseigner le planning familial aux Philippines utilisaient un anglais

mélangé d'espagnol et de mots inventés, ce qui confondait et aliénait les populations visées.

- L'utilisation de sous-titres en vers sur les feuillets volants flattait le penchant qu'ont les Philippines pour le "balagtas" (dialogue en vers) et les "duplo" (couplets), deux formes d'expression populaires folkloriques.
- "L'Approche Agricole" fut suggérée au début par une vieille villageoise dans une conversation avec le Dr. Flavio. "Vous mentionnez ovaire, ovum, uterus, et à vrai dire, pour moi, ça ne veut rien dire" me dit-elle, "mais je peux bien les comprendre en termes d'haricots dont les graines sont extraites et poussent dans des champs fertiles."
- Les analogies furent dérivées de quatre catégories: plantes, animaux, articles de maison et croyances.

REFERENCES:

"Agricultural Approach to Family Planning." Demetrio M. Maglalang, Communication Foundation for Asia, Manila, Philippines, 1976.

Clearinghouse on Development Communication
Juin 1977

LES ENFANTS DE MON FRERE

Nigéria

AUDIENCE-CIBLE:	Citadins relativement aisés parmi les neuf millions de Yoruba des états d'Occident Kwara.
OBJECTIF:	Promouvoir le planning familial en le présentant dans le contexte de la culture locale traditionnelle.
MEDIAS:	Films, documents et communication interpersonnelle
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Conseil de planning familial du Nigéria; Fédération internationale de la parenté planifiée.
DUREE:	Conçu et mené à terme en 1972
CONTACTS:	W. Ogionwo, Family Planning Council of Nigeria, P.O. Box 12657, Lagos, Nigeria; International Planned Parenthood Federation 18/20 Lower Regent St., London SW1Y4PW, England.

DESCRIPTION:

Le Conseil de planning familial du Nigéria (CPFN) s'est joint, en 1971, à la Fédération internationale de parenté planifiée (FIPP) en vue de promouvoir, sur une grande échelle, un programme d'éducation de planning familial, dont l'élément principal devait être un film. En consultation, les deux groupes ont décidé d'orienter la campagne vers le Yoruba, étant donné que les documents devaient être adaptés aux coutumes géographiques et culturelles/tribales particulières, si l'on voulait que la campagne ait les résultats désirés sur les spectateurs. Deux autres facteurs influençant le choix de l'audience-cible étaient la présence de longue date du CPFN sur le territoire Yoruba et le succès de ses services et installations cliniques à Kwara et dans l'état Occidental.

La FIPP et le CPFN ont engagé les services d'une compagnie cinématographique britannique pour produire le film "Les enfants de mon frère". La compagnie cinématographique à son tour a sous-traité un contrat avec une autre organisation pour mener une enquête de base portant sur les opinions des Yoruba au sujet des rôles acceptables pour les femmes, les structures familiales et la taille des familles. Les chercheurs ont conclu, sur la base de cette enquête, que les membres plus âgés des familles (qui sont étendues plutôt qu'en noyaux), déterminent les attitudes et le comportement des membres de la famille, que les membres de la famille se chargent du bien-être réciproque, qu'on attend des femmes qu'elles soient soumises et se consacrent aux intérêts de leurs maris, que les femmes font une contribution importante -mais intermittente-

aux bourses familiales, que les hommes tendent à mesurer leur puissance sexuelle en fonction du nombre d'enfants auxquels leurs épouses donnent naissance et que le déclin de la polygamie au Nigéria (avec la séparation habituelle des époux jusqu'au sevrage des enfants) a eu un effet défavorable sur les tentatives de contrôle de la population.

Une fois que le thème de la comédie avait été développé les producteurs ont collaboré avec deux communicateurs yoruba - l'un d'entre eux étant un acteur bien connu - pour le script final. Ils l'ont ensuite mis en scène et filmé la version polie de la pièce dans un village Yoruba en se servant d'une compagnie théâtrale locale mais professionnelle. Enfin, sur la base des réactions des auxiliaires sur le terrain à une présentation expérimentale, le film a été mis en forme.

La publicité préalable réalisée pour le film a consisté en des comptes rendus dans les journaux, des entrevues radiodiffusées et une présentation télévisée du film. Lorsque les 34 copies du film sont parues durant la Semaine de planning familial en décembre 1971, deux versions de bandes dessinées de la pièce sont parues également. (Aussi bien le film que la bande dessinée ont été reproduits en anglais et en yoruba). D'autres formes de publicité ont couvert les affiches, les auto-collants pour les voitures et les efforts ardues de contacts interpersonnels fournis par les agents sur le terrain nigérian pour le planning familial.

Le film a été projeté le plus souvent dans des cliniques de planning familial suivi par une discussion menée par

un auxiliaire sur le terrain. Le dirigeant de la discussion a tenté d'amener les spectateurs tout d'abord à formuler leurs réactions au film et ensuite de passer de l'expression de leur opinion à la formulation de leurs plans d'action. D'autres projections du film, à la fois à l'intérieur et à l'extérieur du Nigéria, se sont faites devant des audiences composées d'étudiants universitaires, de travailleurs pour le développement et d'un personnel médical et public.

RESULTATS:

Le film "Les enfants de mon frère" a été évalué par un sociologue nigérian chargé de déterminer à la fois le bien-fondé du média choisi et de l'impact, des messages. On lui a également demandé de comparer l'efficacité du film seul par rapport à la portée de l'effort global d'éducation. En vue d'accomplir sa tâche, le sociologue a identifié deux villages Yoruba comparables sur le plan démographique et ayant un accès relativement facile aux centres urbains; une de ces collectivités rurales devait servir de village expérimental, l'autre de village de contrôle. Après avoir distribué des questionnaires dans les deux villages et après avoir montré le film dans l'un d'entre eux, le chercheur a mesuré l'importance des souvenirs des spectateurs, de leur changement d'attitudes et de leur ouverture aux messages filmés.

Le sociologue a conclu que le film avait eu peu d'effet sur les attitudes des personnes l'ayant vu - conclusion qui a été confirmée par la tendance des auxiliaires de l'employer de moins en moins après la nouveauté initiale des projections. Les raisons probables pour lesquelles le film n'a pas provoqué des changements d'attitude, ont été attribuées au caractère étranger du moyen de communication et de l'équipement utilisé pour montrer le film; la complexité des messages contenus dans le film; la présentation inexacte de certaines coutumes locales et le manque de réceptivité parmi les nigériens à n'importe quel message qui peut paraître négatif ou menaçant.

A NOTER:

- Le film a été choisi comme moyen de communica-

tion principal dans cette campagne parce qu'il pouvait accommoder l'oratoire du drame didactique traditionnel des Yoruba, mais contrairement à certaines autres formes dramatiques, n'était pas associé aux rites et messages portant sur la fécondité ou la puissance sexuelle.

- Pour minimiser la possibilité que les spectateurs ne trouvent au film un ton de prêche ou un caractère hautain, le sujet principal n'a pas pu devenir un objet de mépris. Il a plutôt joué le rôle de narrateur et a raconté l'histoire de la fécondité irresponsable et incontrôlée de son frère.
- Kola Ogunmola, l'acteur principal du film, a obtenu une copie du film et l'a intégrée dans ses propres représentations régulières.
- Une audience-cible urbaine a été choisie suivant l'hypothèse qu'elle serait une audience réceptive. On pensait que les couples urbains seraient plus égalitaires dans leur prise de décision, plus apte à comprendre le besoin d'un changement et d'expérimenter des styles de vie nouveaux et moins susceptibles que les personnes rurales à fonder sur les enfants une source de revenue supplémentaire.
- Le film a été vu par certains spectateurs comme n'étant pas très proche de la vérité, lorsqu'un ancien du village a donné de longs conseils à une jeune mariée, lors de son mariage, plutôt que de lui administrer tout simplement sa bénédiction.

REFERENCES:

Family Planning Education in Action: Some Community-Centered Approaches, IEC Broadsheet N° 8, Judy el Bushra et Susan Perl, International Extension College et International Planned Parenthood Federation, 1976

"Family Planners Find Tradition and Child Mortality Barriers to Acceptance of Programs in Rural Nigeria," *World Education Reports*, N° 8, janvier 1975.

Clearinghouse on Development Communication
Avril 1978.

LE PROJET JAMU

Indonesie

AUDIENCE-CIBLE:	Personnes du sexe masculin de Java et de Bali en âge de procréer.
OBJECTIF:	Promouvoir le bon accueil des concepts de planning familial et la vente de capotes anglaises.
MEDIAS:	Messages radiodiffusés, documents et communication interpersonnelle.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Foundation de l'Indonésie prospère (YIS); Voisins du monde; l'Agence des Etats-Unis pour le développement international.
DUREE:	De 1974 jusqu'à maintenant.
CONTACTS:	Prosperous Indonesia Foundation (YIS), Jakarta, Indonesia; Lukas Hendrafta et David Piet, Council of Churches in Indonesia, P.O. Box 2357, Jakarta, Indonesia.

DESCRIPTION:

En 1972, le Conseil national indonésien pour la coordination du planning familial (BKKBN) a décidé d'accroître les efforts de planning familial à Java et à Bali en travaillant en dehors du réseau des cliniques, celles-ci étant gérées par des professionnels médicaux et pouvant chacune accommoder un volume maximal de 35.000 patients. La décision émanait de deux hypothèses: les cliniques en place ne pouvaient satisfaire de manière adéquate aux besoins de clientèles aussi importantes, et les efforts de planning familial devaient se faire comme partie intégrante du courant culturel.

La seconde hypothèse, conjointement avec la relation d'expériences valables réalisées ailleurs dans le monde en développement, a conduit les planificateurs à envisager la commercialisation de capotes anglaises dans le cadre d'un système commercial établi pour la distribution de médicaments. Les programmes de planning familial en Inde, en Sri Lanka et au Kenya s'étaient déjà servi avec succès de systèmes de distribution commerciale. Toutefois, dans chacun des ces cas, un nouveau système de distribution avait été créé spécialement pour la distribution de contraceptifs. La Fondation de l'Indonésie prospère envisageait, par contre, un effort de distribution commerciale intégré dans un réseau familial et établi.

Pour la participation au projet envisagé, l'YIS a choisi un seul producteur de *jamu*, dont le nom se rapporte à un type de médicament traditionnel à base d'herbes encore souvent employé en Indonésie. La moitié des produits du producteur de *jamu* choisi pour participer

au projet sont des moyens de guérir des problèmes sanitaires. L'autre moitié de l'éventail des produits consiste en produits spécifiques au sexe (cosmétiques et aides pour l'accroissement du désir et des performances sexuels). Le but envisagé était que l'association de la santé avec l'amour et la sexualité aiderait à engager dans le planning familial les hommes rarement attirés vers ces cliniques.

On a fait appel à divers médias dans le Projet *jamu*. Les messages radiophoniques contenaient des slogans pour une potion de virilité "Buvcz SEKHOT" (Sexe brûlant) suivi par l'invitation à "employer KARET KB" (les capotes anglaises distribuées dans le cadre du projet). . . "Jouissez pleinement et faites des prouesses tout en donnant du plaisir à votre partenaire et en la protégeant d'une grossesse non désirée". Les affiches de promotion et les brochures utilisées par l'YIS contiennent un message de planning familial, et illustrent une famille saine et heureuse avec deux enfants. Des instructions illustrées sont jointes à chaque paquet de capotes anglaises.

L'attitude du vendeur de produits *jamu* envers l'acheteur a été caractérisée par une tournure personnelle et amicale. Afin de vendre leurs produits, la plupart des vendeurs de *jamu* entament avec les clients éventuels une conversation banale.

RESULTATS:

Depuis 1974, les ventes de capotes anglaises se sont

chiffrees à moins de 144.000 unités par mois, ce que le Comité international pour la recherche appliquée sur la population a jugé comme étant "nettement inférieur au niveau nécessaire pour assurer l'autonomie du programme". Seuls 40 pour cent des détaillants possibles de *jamu* vendaient le KARET KB en septembre 1975. Dès lors, en vue d'accroître les ventes et de développer l'enthousiasme, le *Projet jamu* s'est engagé dans une campagne publicitaire intensive d'octobre 1975 à mars 1976. Durant les seuls mois d'octobre à décembre 100 stations radio ont diffusé plus de 50.000 messages publicitaires à ce sujet.

À la suite de la publicité intensive, les ventes ont dépassé 216.000 unités, et le pourcentage de détaillants licenciés pour la vente des capotes est passé de 40 à 49 pour cent. Toutefois, en fin de campagne, les ventes ont regagné pour atteindre leur niveau précédent. Parmi 625 détaillants consultés récemment à Jakarta, 70 pour cent pensaient que le faible prix subventionné (et les suppositions de qualité inférieure qui en résultent) constitue une entrave important à la hausse des ventes. Néanmoins, les faits observés dans d'autres pays montrent que les capotes subventionnées peuvent bien se vendre si elles sont appuyées par une publicité constante. Aussi les directeurs de projet analysent-ils les possibilités de lancer un tel effort de publicité.

A NOTER:

- Le plan de commercialisation *jamu* a été le premier projet à recevoir le soutien de la Fondation de l'Indonésie prospère (YIS), une organisation privée créée par une loi du gouvernement légalement constituée en février 1974 en vue "d'accroître le bien-être du peuple indonésien par le biais de l'exécution de programmes de santé de population et de développement communautaire."
- En choisissant une société commerciale bien établie qui connaissait un grand succès pour commercialiser les capotes anglaises, le personnel du *Projet*

jamu a limité les coûts de distribution mais a forcément renoncé de ce fait à un certain pouvoir au niveau des prises de décision: les employés de la société considèrent qu'ils maîtrisent davantage les techniques de commercialisation que le personnel du projet et ne se sentent pas obligés d'accepter les conseils de néophytes.

- Traditionnellement, le *jamu* n'était préparé que par les *dukans* locaux (spécialistes des herbes), suivant des recettes traditionnelles. Actuellement, les grands producteurs de *jamu* sont des organisations modernes dont les ventes se chiffrent, en moyenne, à plusieurs millions de dollars par an.
- Les points terminaux de distribution des produits *jamu* sont les vendeurs ambulants, les camionnettes itinérantes et les aubettes en bordure de route.
- L'expression "Vous êtes un vendeur de *jamu*" semble signifier "Vous parlez beaucoup."
- Les planificateurs ont considéré que les relations du style "barman" que le vendeur de *jamu* tente d'établir avec l'éventuel acheteur pourraient être plus efficaces pour engager les hommes dans le planning familial que l'éducation plus austère et intimidante dispensée en clinique.

REFERENCES:

- "*Jamu and KARET KB.*" *Information, Education, Communication in Population*, N° 21/22 East-West Center, Honolulu, Hawaii, 1975.
- "Advertising Aids Condom Sales," *ICARP Bulletin*, N° 1, septembre 1978.
- "*KARET KB and Jamu: An Integrated Approach to Condom Marketing.*" *International Development Review*, Vol. 4, David L. Piet et Lukas Hendrata, 1974.

Clearinghouse on Development Communication
Janvier 1979

PROGRAMME DE COMMERCIALISATION DE *PREETHI*

Sri Lanka

AUDIENCE-CIBLE:	Adultes de Sri Lanka ayant atteint l'âge de procréer (approximativement 5 000 000 personnes).
OBJECTIF:	Eprouver l'efficacité de pratiques normales de commercialisation à grande échelle de capotes anglaises, et de cette manière accroître le nombre de couples en Sri Lanka pratiquant le planning familial.
MEDIAS:	Journaux, radio, cinéma, diapositives, documents et communication interpersonnelle.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Fédération internationale pour la parenté planifiée (FIPP); Association de planning familial de Sri Lanka (APFSL); et les Services internationaux de la population (SIP).
DUREE:	Commencé en 1973; activités en cours.
CONTACTS:	Family Planning Association of Sri Lanka, Buller's Lane, Colombo, 7, Sri Lanka; S.O.N. Hapugalle 10/12 Vidyala Place, Colombo, 10, Sri Lanka; T.D.J. Louis, Population Services International, 16 Aloe Avenue, Colombo 3, Sri Lanka.

DESCRIPTION:

Le Programme de commercialisation de *Preethi* a été lancé pour aider à mettre un frein à la croissance démographique en Sri Lanka, en facilitant l'obtention de contraceptifs pour la population en général. Les Services internationaux de la population (SIP) ont été chargés en 1973 par la Fédération internationale pour la parenté planifiée (FIPP) d'amorcer un programme de commercialisation de contraceptifs en Sri Lanka en collaboration avec l'Association de planning familial de Sri Lanka (APFSL). L'objectif du programme visait à démontrer que les techniques de commercialisation pouvaient accroître de manière significative le nombre de couples utilisant des contraceptifs modernes fiables, et que les coûts unitaires seraient aussi minimes, sinon plus, que ceux offerts par les programmes dispensés en clinique.

Avant la création du programme, les SIP ont conduit une étude d'évaluation en vue de déterminer le pays qui conviendrait le mieux à la démonstration de manière efficace de la portée de la commercialisation sociale de contraceptifs. Cinq pays (le Bangladesh, Sri Lanka, l'Indonésie, la Malaisie, et le Samoa occidental) ont été examinés en tant que site potentiel. Les critères principaux liés au choix de Sri Lanka ont été: (a) la présence d'un bon réseau national de communication, (b) un niveau élevé d'alphabétisation (défini comme étant l'aptitude à lire et à écrire un paragraphe simple, (c)

une bonne infrastructure de débouchés commerciaux, (d) une politique publique accueillante, et (e) une haute proportion de couples mariés dans l'économie envisagée.

Le Programme de commercialisation de *Preethi* a commencé en mai 1973. Durant les six premiers mois, une équipe de gestion composée de deux personnes de SIP, appuyée par un consultant en matière de commercialisation, à temps partiel de Sri Lanka a structuré le plan d'opération et a sous-traité des études de marché, de distribution, de publicité et de publication par des organismes sociaux locaux et des compagnies privées. Le bureau d'évaluation de la FIPP a collaboré avec la gestion du SIP pour la conception des moyens d'évaluation, tandis que les SIP contrôlaient, modifiaient et évaluaient le programme.

Le 1er octobre 1973, la distribution nationale et la publicité à base de média de masse ont été entamées. La période de lancement a été limitée à deux ans: le temps nécessaire pour qu'un nouveau produit, en Sri Lanka, fasse partie intégrante à la chaîne de distribution, soit accepté par les détaillants, reçoive des modifications de commercialisation, et trouve son propre segment de marché. Il a été anticipé que la période postérieure au lancement ouvre l'horizon à des segments supplémentaires de la population féconde. Durant le premier mois de lancement, 3.177 détaillants ont acheté plus d'un demi-million de capotes anglaises de marque *Preethi*

auprès de représentants en tournée appartenant à la compagnie de distribution.

Trois niveaux d'éducation et de publicité ont été utilisés durant la période de lancement: (1) la publicité par médias de masse des avantages de *Preethi* a été destinée aux bénéficiaires, principalement par le biais de journaux, radio, diapositives et devanture des détaillants; (2) tous les détaillants de *Preethi* ont été informés et motivés par le biais de visites personnelles d'échantillons et de livrets; (3) dans le cadre d'une campagne postale directe. Enfin, 4.500 dirigeants influents sur l'opinion ont été informés du programme afin qu'ils lui fournissent leur appui, ainsi qu'à la méthode et à la marque.

Le 31 mars 1975 (18 mois après le début de la période de lancement), près de 5,9 millions de capotes anglaises avaient été distribuées, y compris 5,6 millions vendues à plus de 4.000 détaillants, 114.000 vendues sur commande par correspondance et 124.000 fournies en tant qu'échantillons gratuits. Les ventes par correspondance ont débuté en janvier 1974; entre octobre 1973 et la fin de mars 1975, celles-ci se chiffraient à près de 2 pour cent des ventes totales.

RESULTATS:

Le succès du *Programme de commercialisation de Preethi* impose que la capote anglaise soit incorporée dans un projet à méthodes multiples. L'emploi de la capote anglaise a amélioré la protection fournie par la méthode d'obstinence périodique et a fourni une alternative fiable aux femmes cessant de prendre la pilule ou d'employer le stérilet. Le programme de distribution de *Preethi* a trouvé de nouveaux adeptes de la pratique du planning familial de manière rapide et à un coût unitaire faible.

L'avenir de *Preethi* semble clair. En 1977, lors d'une conférence sur la "disponibilité des contraceptifs pour les ménages et les villages" qui s'est tenue à Tunis, S.D.N. Hapugalle (directeur du *Projet Preethi* depuis juin 1975) a précisé que les ventes de *Preethi* qui, depuis le lancement, se chiffraient en moyenne entre 300.000 et 330.000 unités par mois, durant les deux premières années, ont atteint un niveau de plus de 500.000 unités par mois à la fin de la troisième année. En 1976, la consommation par habitant de *Preethi* s'élevait à 0,5, soit cinq fois le niveau prévu pour 1973.

L'accueil favorable de *Preethi* par 8 pour cent des couples féconds de Sri Lanka, au cours de la première année du programme (au seul coût unitaire de U.S.\$2.16 par adepte), ainsi que l'emploi annuel par habitant de ce contraceptif multiplié par cinq en moins de trois ans, donnent à penser que les dirigeants des pays en développement devraient considérer une commercialisation sociale plus large destinée à la promotion du planning familial. Par ailleurs, le schéma de commercialisation tend à produire des coûts unitaires plus faibles au fil du temps. Ceci peut rendre particulièrement attrayante l'introduction de programmes analogues, dans les situations où le coût du programme est un facteur important.

A NOTER:

- *Preethi* signifie bonheur à la fois en sinhala et tamil, les deux langues prédominantes de Sri Lanka.
- En mai 1975, les SIP ont transféré la gestion au directeur élu du projet de la FIPP, l'ancien directeur exécutif de l'APFSL. A ce moment le programme était entièrement doté d'un personnel de Sri Lanka.
- Un aspect essentiel du programme a été d'utiliser un réseau national existant de détaillants pour mettre *Preethi* à la disposition du plus grand nombre possible de couples féconds dans un laps de temps aussi court que possible. Reckitt et Colman (Ceylon) Ltd., promoteur établi connaissant le succès dans plusieurs produits ménagers, a été désigné pour emballer et distribuer le produit importé à ses 4.000 détaillants principaux.
- En 1977, malgré que la radio ait incontestablement la meilleure portée, ce moyen de communication ne pouvait pas être utilisé étant donné que la publicité en spécifiant la marque de produit contraceptif n'est pas permise. L'absence de soutien radiophonique s'est fait sentir parce qu'un tel appui aurait grandement contribué à la hausse des ventes. Toutefois, le directeur du projet a fait des présentations radiophoniques durant les heures de pointe d'écoute afin d'aborder des sujets tels que "Planning pour le progrès", "Population et développement national", "Communication et développement" et "Commercialisation sociale".
- Le directeur du projet organise des réunions mensuelles avec les distributeurs et les employés des agences publicitaires en vue d'examiner le progrès et d'assurer que les objectifs du projet sont réalisés.

REFERENCES:

"Measuring the Effectiveness of Contraceptive Marketing Programs: *Preethi* in Sri Lanka," John Davies et Terrence D.J. Louis, *Studies in Family Planning*, une publication du Conseil de la population, Vol. 8, N° 4, avril 1977.

Fédération internationale pour la parenté planifiée (FIPP), *Report to Donors*, 1974.

"Planned Parenthood and Community Based Distribution - Sri Lanka Model," présenté lors d'une conférence sur "la disponibilité des contraceptifs dans les villages et les ménages" sous l'égide du Centre d'étude sur la population (Battelle) et du Bureau national tunisien du planning familial et de la population, Lt. Col. Dennis Hapugalle, mars 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Avril 1979

PROGRAMME APROFAM DE PLANNING FAMILIAL

Guatemala

AUDIENCE-CIBLE:	Population Ladino et indigène du Guatemala, en particulier dans les régions rurales.
OBJECTIF:	Accroître les connaissances et l'utilisation des pratiques du planning familial, notamment parmi les populations rurales et ethniquement disparates du Guatemala.
MEDIAS:	Radio, télévision, affiches, publicités dans les journaux, documents, communication interpersonnelle.
BAILLEURS PROMOTEURS:	Association pour le bien-être de la famille (APROFAM); Agence des Etats-Unis pour le développement international; Fonds Pathfinder.
DUREE:	Le programme d'information, d'éducation et de communication (IEC) de l'APROFAM pour le planning familial a commencé en 1972; activités en cours.
CONTACTS:	Roberto Santiso, Executive Director, APROFAM, Apartado Postal 1004, Guatemala City, Guatemala; Dr. Jane Bertrand, 7722 Panola St., New Orleans, Louisiana 70118, U.S.A.

DESCRIPTION:

Durant 1977-78, l'Association pour le bien-être de la famille (APROFAM), une association privée du planning familial au Guatemala, a réalisé un programme de communication au niveau national axé sur le planning familial en se servant des médias de masse et des canaux interpersonnels pour toucher à la fois les collectivités ladinos et autochtones, en particulier dans les régions rurales. La population guatémaltèque qui compte environ sept millions d'habitants est divisée de manière presque égale entre les ladinos hispanophones et les autochtones ou indiens. Les populations diffèrent l'une de l'autre de façon significative en ce qui concerne leur intérêt pour le changement social, l'emploi des langues traditionnelles, le style vestimentaire, le niveau de vie et les pratiques culturelles. La campagne de communication pour le planning familial s'est fondée sur une étude de recherche effectuée en 1976, portant sur des régions rurales sélectionnées par l'APROFAM en vue de déterminer les différences existant entre les groupes ladinos et autochtones dans le domaine des connaissances, de l'accueil et de la pratique du planning familial. Les résultats de la recherche ont montré que l'accueil potentiel et existant du planning familial ainsi que le souci d'obtenir des informations complémentaires concernant le planning familial étaient supérieurs parmi la population ladino à tendance "occidentale". Sur la base de ces résultats, l'APROFAM a conçu un programme d'information, d'éducation et de communi-

cation (I-E-C) visant à toucher les deux groupes, un accent particulier étant mis sur la communication avec la population autochtone moins accessible.

Les messages radiodiffusés, qui sont au centre du programme I-E-C, ont fait l'objet d'essais parmi les membres des populations cibles. Les messages radiodiffusés pour les ladinos ont été transmises en espagnol et comprenaient des informations explicites sur les moyens d'obtenir des services de planning familial. Les messages radiodiffusés pour les autochtones ont été traduits dans deux des quatre langues indiennes principales (*quiché* et *kekchi*) et se limitaient aux points fondamentaux: le planning familial existe, est volontaire, est réversible et peut être utile à la famille. Un jeu de quatre affiches a été conçu pour attirer l'attention de la population indienne; tandis qu'elles illustraient une famille dont les membres étaient vêtus de manière typique les messages étaient rédigés en espagnol. Une affiche destinée à la population ladino soulignait l'importance de la communication entre mari et femme. D'autres composantes de la campagne comprenaient une brève émission télévisée hebdomadaire pendant cinq mois, visant à atteindre les dirigeants de l'opinion nationale du pays, une brochure simplifiée qui illustrait le contraceptif le plus couramment utilisé, destiné aux audiences dotée d'un faible degré d'alphabétisation, et des publicités occasionnelles dans le journal pour, d'une part, contrebalancer des

articles de presse défavorables et, d'autre part, encourager l'emploi du planning familial.

Conjointement avec ces travaux de communication, l'APROFAM a parrainé plusieurs projets de distribution au niveau de la collectivité qui fournissaient un véhicule dans le cadre des activités de communication interpersonnelle comme des petites discussions de groupe, des visites à domicile et des réunions publiques. Toutefois, ces activités d'I-E-C n'étaient destinées qu'à une fraction de la population-cible tandis que les médias de masse couvraient un pourcentage élevé de ladite population.

RESULTATS:

A la mi-1978 l'APROFAM, en collaboration avec le Centre d'étude de la famille et de la collectivité de l'Université de Chicago, a réalisé une enquête de recherche de suivi en vue d'obtenir les résultats de travaux d'I-E-C, et de déterminer si les changements anticipés s'étaient produits dans les deux populations-cibles. Les différences ethniques en matière de planning familial révélées dans l'étude de 1976 effectuée par l'APROFAM ont été soulignées dans l'enquête de 1978. Les résultats ont montré qu'à la fin de la période de deux ans, les ladinos recensés présentaient un accroissement important des connaissances et de la pratique du planning familial. Quant aux autochtones, aucun progrès n'a été noté concernant les connaissances de méthodes précises, et l'emploi des contraceptifs est resté presque nul, bien que l'on observe une réduction marquée à la résistance au planning familial. Un pourcentage bien plus élevé de ladinos que d'autochtones avait été exposé aux messages du planning familial par un ou plusieurs médias de masse, ou canaux interpersonnels et, en outre, les ladinos étaient plus susceptibles de se souvenir de l'essence des messages (en particulier à la radio), en répétant parfois les thèmes ou les slogans de façon intégrale. Parmi les ladinos, l'emploi de contraceptifs était plus élevé parmi les habitants ayant été le plus exposés aux messages du planning familial, [et la communication informelle parmi les ladinos s'est accentuée sous l'effet combiné du double contact des médias de masse et des canaux de communication interpersonnelle.] Parmi les autochtones, cette relation n'était valable que pour les canaux interpersonnels.

Les ladinos qui avaient entendu les émissions radiodiffusées concernant le planning familial approuvaient les émissions à raison de 96,3 pour cent, et 100 pour cent des personnes ayant vu une émission télévisée étaient en faveur de ce sujet et des méthodes de communication. Seuls 60 pour cent des autochtones approuvaient la diffusion de messages sur le planning familial à la radio; aucun autochtone n'avait assisté à une émission télévisée. Tandis que 81,4 pour cent des ladinos désiraient obtenir de plus amples informations sur le planning familial, le pourcentage équivalent était de 37,4 pour les autochtones dont les objections principales étaient de nature religieuse.

Plusieurs conclusions ont été tirées des résultats de la recherche, dont certaines auront des conséquences

directes sur un projet pilote qui vient d'être lancé dans des régions d'autochtones. Dans la mesure où les travaux traditionnels de l'I-E-C s'avèrent moins orientés vers les populations rurales, de nouvelles stratégies et méthodes doivent être élaborées, à savoir: 1) une mise à l'épreuve exhaustive des messages et des documents effectuée sur les deux plans de l'attrait et de la compréhension en fonction de l'assimilation des besoins et des motivations autochtones; 2) l'emploi d'approches différentes, peut-être moins directes, avec moins d'information explicite concernant le planning familial présentées conjointement avec d'autres sujets considérés par les autochtones comme servant au mieux leurs intérêts (par exemple, la santé des enfants, la nutrition); et 3) un degré plus élevé de communication interpersonnelle, en raison de la nature privée du sujet pour les autochtones et le besoin plus prononcé d'établir un certain niveau de confiance entre ceux qui dispensent le message et ceux qui le reçoivent.

A NOTER:

- Le programme de distribution au niveau de la collectivité a été réalisé en vue d'accroître la disponibilité de contraceptifs à faible coût et d'éliminer quelques-uns des problèmes associés à un système fondé uniquement sur l'utilisation de cliniques tels que horaire limité, disponibilité des services, la distance, et les frais de déplacement. De surcroît, l'emploi d'un distributeur indigène diminuerait le manque de confiance parmi les autochtones si les cliniques offraient un personnel ladino. Un second modèle de distribution au niveau de la collectivité, en cours d'exécution, utilise des promoteurs du planning familial travaillant avec plusieurs groupes agricoles qui se sont montrés intéressés à établir de tels programmes pour leur membres.
- Certaines conclusions de la recherche révèlent quelques stéréotypes concernant le planning familial en Amérique latine. Par exemple, les Catholiques n'étaient pas moins susceptibles que d'autres d'être au courant de planning familial de l'approuver et de l'employer, bien que les personnes de n'importe quelle confession qui se considèrent "très croyants", sont en retard sur les trois points mentionnés précédemment par rapport aux moins croyants. Par ailleurs, les hommes ont tout autant de chances que les femmes d'avoir entendu parler du planning familial, d'approuver et de désirer plus d'information à son sujet. Enfin, contrairement à ce que l'on pense, les jeunes gens ne sont pas plus ouverts en matière de planning familial. On a relevé que l'intérêt et la mise en pratique de ce sujet semble atteindre leur point culminant entre 30 et 34 ans, les personnes plus jeunes ou plus âgées ayant moins tendance à être au courant ou à employer des contraceptifs.

REFERENCES:

Communicating Family Planning to Rural Guatemala

la. Jane T. Bertrand, Maria Antonieta Pineda et Fidel Enrique Soto. Asociación Pro-Bienstar de la Familia, Guatemala; et le Centre d'étude de la famille et de la collectivité, l'Université de Chicago. 1978.

"Ethnic Differences in Family Planning Acceptance in Rural Guatemala." Jane T. Bertrand, Maria Antonieta Pineda et Robert Santiso G., *Studies in Family Planning*, Vol. 10, N° 8/9, août/septembre 1979.

"A Research-Based System for Improving Family

Planning Adoption: The Guatemala Study." Jane T. Bertrand et Donald J. Bogue, dans *Intercom*, Vol. 5, N° 1, janvier 1977.

"Communicating Family Planning to Rural Guatemala," un examen dans *Development Communication Report*, N° 27, juillet 1979.

Clearinghouse on Development Communication
Septembre 1979

L'HOMME EST LA SANTÉ (MTU NI AFYA)

Tanzanie



AUDIENCE-CIBLE:	Environ un million de villageois adultes.
OBJECTIF:	Donner aux villageois des informations élémentaires sur les maladies, les moyens de les contrôler et les rapports entre l'environnement et la santé.
MEDIAS:	Radio, magnétophones, matériel imprimé, communications interpersonnelle, feuillets volants, affiches.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Le Gouvernement de Tanzanie avec le support de l'Agence Suédoise pour le Développement International.
DUREE:	Conçu en 1971, développé en 1972; mis en oeuvre en 1973.
CONTACTS:	C. Zikambona, Planning and Research Department, Institute of Adult Education, University of Dar es Salaam, Dar es Salaam, Tanzanie; Budd L. Hall, International Council for Adult Education, The Ontario Institute for Studies in Education, 29 Prince Arthur Ave., Toronto, Ontario, Canada M5R 1B2.

DESCRIPTION:

Le projet "L'Homme est la Santé" fut conçu à la fin de l'année 1971 comme une campagne à grand rayon d'action en vue d'éduquer les villageois sur les symptômes, la prévalence et les origines de cinq maladies communes pouvant être contrôlées. L'objectif secondaire des créateurs du projet était de donner aux personnes récemment alphabétisées une occasion d'améliorer l'emploi de leur langage. Sous les auspices des Ministères de la Santé, de l'Éducation et du Développement Rural de la Tanzanie, cette campagne représentait une tentative de développement d'ensemble.

Le projet fut approuvé et mis en oeuvre par le seul parti politique de la Tanzanie "L'Union Nationale Africaine de Tanzanie" (TANU), l'Institut d'Éducation pour Adultes, une demi-douzaine d'agences du gouvernement et Radio Tanzanie. Des fonctionnaires à tous les niveaux furent instruits de l'importance du projet et de ses divers aspects; des représentants de l'industrie furent contactés pour mettre sur le marché des vêtements imprimés avec l'estampe du projet; le personnel de la télévision et les journalistes furent chargés d'informer le public sur tout ce qui avait à faire avec la campagne.

Dix-huit mois d'élaboration, d'organisation et d'entraînement aboutirent en mai 1973 à une recrudescence d'activités éducationnelles et de développement dans la communauté. Chaque semaine pendant 10 semaines tous

les groupes d'étude allant de 15 à 60 personnes se rencontrèrent en présence d'un animateur, écoutèrent des annonces radiophoniques et discutèrent le contenu de documents simples fournis par le gouvernement. De ces discussions sur la santé et la sanitation émergèrent des projets de travaux communautaires qui furent conçus et mis en oeuvre par les groupes d'étude dans leurs propres villages.

RESULTATS:

Environ deux millions d'habitants adultes de la Tanzanie, soit le double de ce que les officiels avaient compté atteindre, participèrent au projet "L'Homme est la Santé." De plus, le taux de participation parmi ceux qui participèrent dès le début fut de 63 pour cent, succès sans précédent pour une campagne de cette ampleur. Un troisième élément indicatif du succès a un intérêt statistique: la campagne eut une portée si évidente que les évaluateurs du projet durent reclasser certains groupes de contrôle comme groupes d'expérimentation.

La campagne eut ses critiques. Certains pensent qu'elle aurait dû intégrer les services de santé présents dans son "programme." D'autres encore pensent que l'enseignement était superficiel. Cependant, partout on peut constater des preuves concrètes des effets de la campagne sur la qualité de la vie dans les villages. En

particulier, des centaines de milliers de latrines furent installées par les personnes ayant écouté les émissions de radio; la vente des moustiquaires s'accrut remarquablement dans certains endroits, et les habitants des régions côtières assainirent de nombreux fossés marécageux où les insectes amenant les maladies se multiplient après les pluies abondantes.

A NOTER:

- Chaque groupe d'étude laissa au moins "un monument" à la campagne "L'Homme est la Santé," tel que le creusement de puits ou le déblayage de régions où la végétation offrait refuge aux insectes.
- Certains groupes d'étude continuèrent à se rencontrer pendant plusieurs mois après la fin de la campagne.
- La dépendance sur les dirigeants de cellules dans plusieurs régions renforça le système d'une cellule de dix foyers comme moyen de stimuler la participation au développement.

- Les textes et guides d'étude furent imprimés sur les presses pour les journaux. Un million d'exemplaires fut distribué; beaucoup furent partagés.
- Le réseau des chefs de groupes d'études établi pendant la campagne de santé fut réactivé pour la campagne nationale de nutrition, "L'Alimentation est la Vie," qui débuta en juin 1975.

REFERENCES:

"*Mtu Ni Afya: An Evaluation*," Budd L. Hall et C. Zikambona, Institute for Adult Education, N° 12, Dar es Salaam, 1974.

Radio for Education and Development: Case Studies, Volume Two, Peter L. Spain, Dean T. Jamison et Emile G. McAnany, eds. Département de l'Education, Banque Mondiale, Washington, D.C., mai 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Juin 1977

LE PROJET PILA

Guatemala

AUDIENCE-CIBLE:	Les femmes travaillant dans une plantation du Guatemala.
OBJECTIF:	Enseigner à ces femmes des connaissances de base pour améliorer la nutrition et la santé dans leurs foyers.
MEDIAS:	Magnétophones à cassettes.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Organisation Pan-Américaine pour la Santé.
DUREE:	Achevé (phase opérationnelle couvrant trois semaines durant l'année 1975).
CONTACTS:	Royal D. et Susana Fernández de Colle, Department of Communication Arts, Cornell University, Ithaca, New York 14950, USA.

DESCRIPTION:

En 1975, l'Organisation Pan-Américaine pour la Santé commandita le *Projet Pila*, une expérience de trois semaines ayant pour but d'examiner les façons de communiquer un enseignement élémentaire sur la santé et la nutrition aux travailleurs des plantations du Guatemala. Les dirigeants du projet, Royal et Susana Fernández de Colle, sélectionnèrent Finca Maria de Lourdes, une plantation de café sur la Côte Pacifique comme centre de leur étude.

On décida de s'adresser aux femmes car ce sont généralement elles qui prennent les décisions concernant la nourriture et les pratiques hygiéniques dans les foyers du Guatemala. Une étude préliminaire indiqua que les femmes des plantations travaillent constamment du matin au soir. Le projet se concentra donc sur les pilas (lavoirs publics) comme étant des endroits où les femmes pouvaient apprendre sans arrêter leur travail.

Les magnétophones à cassettes furent choisis comme moyen de communication car ce sont des appareils peu coûteux, faciles à manipuler et on peut écouter les enregistrements à tout moment. Des acteurs non professionnels furent chargés de produire des bandes de 30 minutes comportant des informations sur la santé, de la musique, des feuilletons et différents genres d'annonces radiophoniques. Les Programmes furent répétitifs, de façon délibérée pour que les femmes rentrant ou sortant des pilas soient mieux en mesure d'entendre et de retenir certains messages. Les bandes des jours suivants développaient les thèmes des jours passés. De surcroît, certains bandes promettaient des récompenses matérielles, par exemple des poussins, aux femmes qui avaient mémorisé certaines leçons.

Une adolescente de la région s'occupa de la distribution, apportant les bandes enregistrées aux pilas chaque jour et surveillant leur usage. Elle varia l'horaire des transmissions selon la présence des femmes. D'autres bandes magnétiques furent distribuées, de façon à être écoutées à la maison sur un magnétophone emprunté au bureau de la plantation.

RESULTATS:

Selon l'enquête qui suivit, les femmes des plantations apprécièrent les bandes enregistrées, y trouvèrent des renseignements précis très utiles et furent déçues quand le projet pris fin. Quand on leur demanda quelles sections des enregistrements elles avaient le mieux aimé, les femmes mentionnèrent les "conseils" sur la santé et la diététique beaucoup plus souvent que la musique ou les feuilletons.

L'enquête signala aussi des changements d'attitude. 58 pour cent des femmes questionnées avaient utilisé une recette particulière présentée sur une bande enregistrée. La plantation Maria de Lourdes a un pourcentage de 92 pour cent de revaccinations contre la polio et la diphtérie, alors que seulement 60 pour cent des enfants dans une plantation-contrôle a reçu ses piqûres de rappel.

Le programme démontra aussi que l'utilisation de magnétophones à cassettes offrait assez de souplesse pour atteindre un grand nombre de femmes. Quand les horaires de travail des femmes changeaient, les bandes enregistrées étaient jouées à des heures différentes. L'appareil est approprié pour la tâche et il n'y eut pas

d'ennuis mécaniques. Des acteurs et techniciens non professionnels sont capables de produire des programmes de qualité avec des appareils peu coûteux.

Royal et Susana Colle tirèrent trois conclusions de leur expérience. Premièrement, la technologie de la communication n'a pas besoin d'être sophistiquée pour être efficace. En second lieu, les projets de ce genre doivent épouser les caractéristiques particulières de l'environnement social du groupe étudié. Finalement, c'est "le manque d'information" qui retarde le plus souvent l'amélioration de la vie des habitants ruraux.

A NOTER:

- Chaque enregistrement de 30 minutes combinait de la musique, des annonces, des discours brefs, des histoires et un épisode d'un feuilleton.
- Une analyse plus détaillée de la portée de ce projet fut annulée à cause du tremblement de terre au Guatemala en 1976.

- Une bande enregistrée promettait un poussin à chaque personne mémorisant la démarche à suivre pour empêcher la maladie Newcastle chez les poulets. Plus de 100 personnes apprirent la phrase et reçurent des poussins le premier jour où le moyen d'encouragement fut introduit.

REFERENCES:

"The Communication Factor in Health and Nutrition Programs: A Case Study from Guatemala," Royal D. Colle et Susana Fernández de Colle, document écrit pour l'Organisation Mondiale de la Santé, janvier 1977.

"The Pila Project: Cassettes Reach Rural Women," *Development Communication Report*, avril 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Juin 1977

TELEMEDECINE EN ALASKA

Etats-Unis

AUDIENCE-CIBLE:	Habitants des villages esquimaux, indiens et aléoutiens.
OBJECTIF:	Améliorer l'accessibilité et la qualité des soins médicaux dans les zones rurales de l'Alaska.
MEDIAS:	ATS-1 - échanges radiophoniques bilatéraux par satellite; ATS-6 - télévision par satellite, vidéo-cassettes, fiches de santé informatiques.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Département des Etats-Unis pour la santé, l'éducation et l'assistance publique (Service indien de santé (SIS), Centre national Lister Hill pour la communication biomédicale); U.S. National Aeronautics and Space Administration (NASA).
DUREE:	ATS-1 a été entrepris en 1971 et sera poursuivi jusqu'à son remplacement par un autre système (date prévue: fin 1977); l'ATS-6 a démarré en 1974 et a cessé un an plus tard.
CONTACTS:	Dr. Dennis Foote, Institute for Communication Research, Stanford University, Stanford, California 94305, USA; Dr. Heather Hudson, University of Texas at Austin, Department of Communications, Austin, Texas 78712, USA.

DESCRIPTION:

L'utilisation expérimentale de la télémedecine en Alaska est apparue sous l'égide du Service indien de santé (extension du Service des Etats-Unis de la santé publique chargé d'assurer les soins médicaux aux autochtones de l'Alaska). Confronté aux difficultés de venir en aide aux petits villages disséminés dans des régions reculées et ses efforts étant entravés par l'absence de tout moyen de communication fiable dans la brousse, le Service a fait appel à la télémedecine dans l'espoir d'améliorer la qualité des soins médicaux dans les villages en instituant une base régulière de consultations.

La télémedecine s'est insérée dans la vie quotidienne pour 17 villages de la région de Tanana lorsque la NASA, partenaire du SIS dans les expériences de télémedecine, a rendu possible l'utilisation de l'*Applications Technology Satellite-1* (ATS-1) en 1971. L'ATS-1, encore en service en 1977, est un moyen de communication exclusivement vocal qui fonctionne à partir d'un équipement au sol simple et peu coûteux: radios de taxis modifiées et antennes constituées de grillage métallique de trois mètres de diamètre. L'ATS-1 établit un réseau fiable de communications entre les villages et l'hôpital régional, constituant ainsi un système d'assistance médicale. Il permet aux aides-soignantes des villages de seconder un médecin dans l'application des soins

médicaux, et accélère la rapidité d'intervention des avions d'évacuation en facilitant leur accès aux patients qui se trouvent dans un état critique.

Les aides-soignantes des villages, formées au cours des expériences en télémedecine, sont élues par la collectivité à laquelle ils appartiennent, et reçoivent jusqu'à 16 semaines de formation à l'hôpital local et sur le terrain, sous l'égide du Service de la santé publique. A la fin de son stage intensif, chaque aide-soignante part équipée d'une trousse médicale, d'un guide de diagnostic, d'instruments et d'un bagage de connaissances fraîches. Au village, l'aide-soignante écoute son poste de radio chaque jour à la même heure, pour une "consultation" avec un médecin de l'hôpital régional. Pendant cette consultation radiophonique, l'aide-soignante décrit les symptômes, répond aux demandes de précisions du médecin, écoute ses conseils, et aide le médecin consultant à déterminer les besoins d'évacuation des patients.

Alors qu'aujourd'hui les aides-soignantes représentent la pierre angulaire de la télémedecine en Alaska, elles n'ont joué qu'un rôle minime dans l'expérience menée pendant un an en 1974-75. Beaucoup plus perfectionné et puissant que l'ATS-1, le satellite ATS-6 a introduit une composante vidéo dans les expériences de télémede-

cine, permettant aux medecins d'utiliser la television pour les cas difficiles de diagnostic. Reliant deux cliniques remarquablement equippees de villages de tailles assez importantes a un hopital local et un hopital de reference, l'experience ATS-6 a fonctionné pendant que l'on mettait en place un système informatique de fiches médicales destiné à la résolution de problèmes (*Health Information System*) en Alaska. Les fiches médicales des patients étaient envoyées, après mise à jour, à un centre de collecte, enregistrées dans l'ordinateur pour pouvoir être consultées sur demande. L'ordinateur permettait également aux infirmières itinérantes de localiser les besoins des habitants des villages en vaccins, examens oculaires et auriculaires, frottis vaginaux, etc.

RESULTATS:

Depuis l'introduction de l'ATS-1, les capacités existantes de soins médicaux d'urgence, l'aptitude à résoudre des problèmes administratifs et à satisfaire les demandes, ainsi que le service en général se sont améliorés. Les villageois sont par ailleurs de plus en plus enclins à réclamer des soins médicaux et à se conformer aux traitements qui leur sont prescrits. Un nombre croissant de patients tirent profit de leurs consultations avec un médecin et le nombre de ceux traités pour des maladies diagnostiquées dépasse tout ce qu'on a pu observer à ce jour. Enfin au cours de la première année de l'expérience, le pourcentage des contacts entre les aides-soignantes et les médecins a augmenté de 400 pour cent.

D'une manière générale, il a été difficile de mettre en évidence une relation entre, d'une part, les statistiques collectives de maladie, de mortalité et d'hospitalisation et, d'autre part, l'amélioration des médias de communication. Cependant, les résultats de l'expérience ATS-1 ont été jugés positifs dans l'ensemble; cette conclusion explique en partie le fait que l'état de l'Alaska et le Service de santé publique collaborent actuellement à l'établissement d'un système de satellite par communication téléphonique commercial à longue distance.

Les responsables de soins médicaux qui ont participé à l'expérience ATS-6 ont également jugé cette expérience positive. Cependant, même si certains participants ont affirmé que la composante vidéo de la télémedecine leur facilitait quelque peu la tâche en termes d'expansion et d'amélioration des soins, nombre d'entre eux ont émis des doutes quant à sa rentabilité et facilité d'utilisation. En revanche, ces mêmes individus ont approuvé à l'unanimité la mise en place simultanée du système informatique de fiches médicales orienté vers la résolution de problèmes, et l'intention de SIS de généraliser le système dans l'état.

A NOTER:

- Certaines aides-soignantes ont convié leurs patients à assister aux consultations à distance.
- Des médecins établis dans des régions difficiles d'accès ont eu l'occasion de participer à une série de tables rondes par satellite mais le programme a avorté car, succombant sous leur charge de visites, les médecins du SIS en Alaska n'ont pas pu se conformer à un horaire fixe. Un cours de soins cardiologiques par satellite a cependant été offert aux infirmières des hôpitaux régionaux, et a reçu bon accueil.
- La plupart des aides-soignantes sont des villageoises qui ont, du moins, une connaissance passable de l'anglais.
- Du fait que le recrutement des aides-soignantes est assuré par la collectivité même, le programme est en général très bien accueilli, et la rotation du personnel reste insignifiante.
- Les villageois apprécient le système radiophonique non seulement pour sa fonction médicale, mais aussi pour les contacts qu'il leur permet d'établir avec d'autres villages, particulièrement avec les membres de leurs familles et les amis qui sont hospitalisés.
- Interrogées sur les enseignements qu'elles avaient tirés des consultations radiophoniques, six parmi les neuf aides-soignantes des villages équipés de liaisons par satellite ont mentionné des faits médicaux spécifiques. Aucun de leurs correspondants dans les villages de contrôle n'a été en mesure de se remettre en mémoire les informations portant sur des cas spécifiques.

REFERENCES:

- An Evaluation of the Use of ATS-1 for Biomedical Communication in Alaska*, par Oswaldo Kreimer et autres, Institut pour la recherche en la communication, Stanford University, 1974.
- "Telemedicine: Health Care for Isolated Areas," par Dennis Foote, *Development Communication Report*, N° 17, janvier 1977.
- "Telemedicine in Alaska: The ATS-6 Satellite Biomedical Demonstration," par Dennis Foote, Edwin Parker, et Heather Hudson, Institut pour la recherche en communication, Stanford University, 1976.
- "Medical Communication in Alaska by Satellite," par Heather Hudson et Edwin Parker, *New England Journal of Medicine*, décembre 1973.
- Clearinghouse on Development Communication
Octobre 1977

ZAA NA UWATUNZE

Kenya

AUDIENCE-CIBLE:	Kényens de la zone de diffusion radiophonique nationale.
OBJECTIF:	Accroître la diffusion de messages capitaux sur la santé, notamment des mères et des nouveaux-nés, en jumelant les programmes récréatifs et éducatifs.
MEDIAS:	Radio.
BAILLEURS PROMOTEURS:	L'UNICEF, la Fondation des Nations Unies pour les activités de la population, la Voix du Kenya et le Ministère de la santé du Kenya.
DUREE:	A débuté en février 1975; la phase pilote s'est achevée au milieu de l'année 1976; poursuivi depuis 1976 sous l'égide des pouvoirs publics du Kenya.
CONTACTS:	Abigail Krystall, Bureau of Educational Research, Kenyatta University College, Box 43844, Nairobi, Kenya; Dr. Albert Maleche, Bureau of Educational Research, Kenyatta University College; Mark Harris, UNICEF, Communications and Information Office for Eastern Africa, P.O. Box 44145, Nairobi, Kenya.

DESCRIPTION:

En 1975, l'UNICEF, la fondation des Nations Unies pour les activités de la population et la Voix du Kenya ont passé un accord de co-production de programmes récréatifs à grande diffusion, orientés vers l'éducation sanitaire. Les émissions qui sont nées de cette collaboration, *Zaa Na Uwatunze* (donner la vie et prendre soin de ses enfants), mettent en scène des animateurs de réputation nationale dans une comédie de mœurs à épisodes. Les épisodes traitent sur un ton enjoué de sujets très pratiques: valeur nutritive des oeufs, danger de confier des nouveaux-nés à de jeunes parents, besoin de se faire vacciner, etc., permettant aux auditeurs de s'identifier aussi bien dans les situations qu'avec les personnages.

Comme tous les personnages de feuilleton radiophonique, ceux de *Zaa Na Uwatunze* sont des stéréotypes et la prédiction de leurs actions se retrouve dans l'exagération de leur attitude. Mzee Pembe joue le rôle du bouffon. Il est hideux, s'adonne à la boisson, vivant dans la béatitude et l'ignorance des besoins et problèmes de ses 16 enfants. Mama Njeri, la protagoniste, est la compagne de Mzee Pembe, et ne lui ressemble en rien. Elle consacre la quasi-totalité de son temps à veiller au bien-être de ses enfants, tout en persistant à "éduquer" son époux au comportement obstinément conservateur. Son rôle en scène consiste, au fil des épisodes et des modifications qui prennent place, à le convaincre qu'il

doit, dans l'intérêt familial, changer ses habitudes et adopter de nouveaux comportements. Elle est aidée dans cette lutte conjugale par un nombre d'intervenants, tous incarnés par un seul et même acteur aux talents multiples.

Zaa Na Uwatunze (communément appelé le spectacle Kiroboto) est diffusé une fois par semaine en swahéli, la langue officielle du Kenya. Chaque épisode ne dure que 15 minutes, mais il est diffusé à des heures de grande écoute (dimanche après-midi et quelquefois le samedi en soirée). Les émissions sont réalisées sans texte, mais les acteurs travaillent en étroite collaboration avec des éducateurs sanitaires et un conseiller des Nations Unies; le budget est maintenu dans des normes très strictes. Fort heureusement la spontanéité compense l'absence de techniques de réalisation sophistiquées. L'enregistrement des émissions de radio se fait dans des studios remplis d'admirateurs fanatiques, de sorte que les acteurs jouent devant un auditoire dont les réactions spontanées renforcent l'intensité du spectacle.

A titre d'expérience de diffusion à grande échelle (laquelle par définition s'adresse à une audience nombreuse n'ayant aucune familiarité particulière avec le sujet traité ou la notion d'auto-éducation), *Zaa Na Uwatunze* s'inscrit dans le cadre des activités scolaires et para-scolaires pour adultes. Les auditeurs semblent tirer un sentiment de continuité et de progrès de sa

structure en épisodes, de ses personnages et de l'évocation de thèmes déjà apparus lors d'épisodes précédents. Enfin, les émissions reprennent les thèmes choisis par les éducateurs sanitaires et les agents sur le terrain, certains d'entre eux étant d'ailleurs consultants auprès de l'équipe de réalisation.

RESULTATS:

On a mesuré la portée des diffusions de *Zaa Na Uwatunze* essentiellement en termes de taille de l'audience, mémorisation par les auditeurs des informations se rapportant à la santé, et familiarité des auditeurs avec les personnages. Aucune tentative n'a été faite pour étudier les effets sur les pratiques sanitaires de l'amélioration des connaissances et des changements d'attitude apportés par l'émission.

Les éléments d'évaluation ont été recueillis à partir de quatre sources: l'auditoire en studio, le courrier des auditeurs, un questionnaire distribué à la fin de la première année de diffusion de *Zaa Na Uwatunze*, et deux comités de hauts fonctionnaires responsables de l'éducation et du développement ruraux. Il est intéressant de noter que les déclarations des comités d'experts ont contredit les éléments d'information recueillis à partir des autres sources, certains experts insistant sur la nécessité d'accroître le sérieux des émissions alors que l'auditoire a indiqué sa préférence pour le mélange du comique avec le sérieux du propos.

L'un des résultats d'une enquête menée auprès de 510 personnes en décembre 1975 permet d'expliquer cette divergence d'opinions: les Kényens les plus cultivés ont été les moins réceptifs aux émissions, parce que cette comédie ne leur a manifestement rien appris qu'ils ne sussent déjà. Une autre conclusion de l'enquête a été que 92 pour cent des répondants au questionnaire avaient connaissance de l'émission; on a découvert que le taux d'écoute était aussi élevé chez les personnes dont le swahéli est la seconde langue que chez les personnes dont le swahéli est la langue maternelle; que le taux d'écoute est directement lié à la possession d'un poste de radio, et que la distribution de l'audience est approximativement égale entre toutes les classes d'âge (en dessous de 25 ans, 26 à 50 ans, plus de 50 ans). Etant donné la nature de cette expérience, il semble que la conclusion la plus importante que l'on tire de ces premières évaluations soit la suivante: un tiers de l'audience a évoqué le côté divertissant de l'émission comme principale motivation d'écoute, alors que plus de la moitié a mentionné l'acquisition de connaissances en écoutant ces émissions drôles.

REMARQUES:

- Les personnages de *Zaa Na Uwatunze* ne se préoccupent pas de conventions. Dans un épisode, la femme, se sentant à bout, menace de vendre sa personne si son mari continue à vendre les oeufs si précieux pour la famille afin d'acheter de la bière.
- Des auditeurs de plusieurs autres pays d'Afrique de l'Est ont envoyé du courrier à Mzee Mama et aux autres personnages.
- Les textes radiophoniques sont fondés sur une technique de mise en scène publicitaire. L'objectif est de créer une situation où l'audience peut s'identifier avec le "gentil personnage" qui est sain d'esprit et se moquer du bouffon qui s'obstine à observer des conventions pour le simple principe.
- La série *Zaa Na Uwatunze* a été reproduite semble-t-il avec succès en Tanzanie et Zambie.
- Certains épisodes de *Zaa Na Uwatunze* ont été enregistrés sur bande magnétique afin de permettre leur écoute dans des forums tenus sous l'égide de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture dans le cadre des programmes pour l'amélioration de la vie de famille en cours au Kenya. Ces enregistrements magnétiques de l'émission sont également utilisés pour des cours d'art ménager et des programmes de formation d'agents sur le terrain.
- Il est possible que l'UNICEF réalise un court métrage sur les techniques de réalisation de *Zaa Na Uwatunze*, dans le but de promouvoir le soutien de projets de développement par des programmes de divertissement radiophonique.

REFERENCES:

- "Health Messages Through Humor," Susan Hostetler, rapport *ICIT Report* N° 15, Clearinghouse on Development Communication, juillet 1976.
- "Popular UNICEF Radio Show in Kenya Gives Health Tips in Situation Comedy," Michael T. Kaufman, *New York Times*, 16 novembre 1975.
- "The Kenya Radio Series which Teaches as it Entertains, and How You Can Do It," Mark Harris, United Nations Children's Fund, Nairobi, avril 1976.
- Diverses traductions non publiées ni datées des textes radiophoniques de *Zaa Na Uwatunze*.

Clearinghouse on Development Communication
Octobre 1978

RADIO DOCTEUR

Haïti

AUDIENCÉ-CIBLE:	Adultes haïtiens en âge de procréer (environ 2.500.000 hommes et femmes).
OBJECTIF:	Fournir une information et des conseils en matière de planning familial, nutrition, maladies courantes, santé materno-infantile et sujets liés au domaine de la santé.
MÉDIAS:	Radiodiffusion, cassettes, documents et matériel audio-visuel.
BAILLEURS/PROMOTEURS:	Ministère de la santé d'Haïti, Ministère de l'éducation, Radio Nationale, et Radio Lumière.
DURÉE:	Entamé en 1976; activités en cours.
CONTACTS:	Edith Hollant, Centre d'hygiène familiale, 10 Première impasse Lavaude, BP 430, Port-au-Prince, Haïti; Dr. Ary Bordes, Centre d'hygiène familiale, 10 Première Impasse Lavaude, BP 430, Port-au-Prince, Haïti.

DESCRIPTION:

Le programme *Radio Docteur* a été conçu en 1967 par le Dr. Ary Bordes (l'actuel directeur du Centre d'hygiène familiale et Chef de la division de l'hygiène familiale au Ministère de la santé) lorsque l'ouragan Flora a temporairement mis fin à toute diffusion en Haïti, hormis les transmissions d'une seule station, Radio Lumière. Le désastre a engendré un intérêt nouveau concernant l'envergure nationale attachée à la station unique, en fonctionnement, et Bordes s'est engagé à en tirer le meilleur parti après le déluge. Dans les quelques mois qui ont suivi la tempête, la diffusion des émissions du *Radio Docteur* a commencé.

À dessein d'épreuve préalable, des monologues d'une durée de dix minutes - quelque 20 monologues au total - ont été élaborés sur quatre sujets: les soins de la période prénatale, la jeune maman, la santé de l'enfant en bas âge, et le planning familial. Tous les messages ont été diffusés sans interruption dans les salles d'attente des dispensaires. Progressivement, les réponses des auditeurs ont poussé les conceptionnistes des messages au Centre d'hygiène familiale à changer d'approche. Prenant en compte les possibilités de la radio et la nature morne de la présentation sous forme de monologue, ils ont divisé les messages en segments d'une minute, ont eu recours à la présentation en dialogue et ont élargi l'éventail des sujets traités. En accord avec les sentiments du public, ils ont également donné une apparence neuve aux messages de planning familial ce qui met désormais en évidence les avantages sanitaires

de l'espacement des naissances plutôt que la notion, plus négative, de limiter les pressions démographiques.

Deux fois par jour, six jours par semaine, les Haïtiens peuvent maintenant écouter le *Radio Docteur* soit sur Radio Lumière, soit sur Radio Nationale, en créole, leur langue locale. Fanny et Ti Jo sont devenus des habitués du foyer, ces deux individus qui réalisent le dialogue de manière judicieuse en assumant divers rôles combinés: mari et femme, patient et médecin ou patient et infirmière. Un thème joyeux attire l'attention de l'audience et le contenu des émissions varie d'après les jours de la semaine. Les messages de planning familial sont diffusés les lundi et mercredi, les conseils portant sur la santé de la mère et de l'enfant sont transmis les mardis, et les nouvelles relatives à la santé nationale et internationale peuvent être écoutées le jeudi. Les vendredis sont consacrés à la discussion de symptômes liés à des maladies courantes tandis que la prévention et le traitement de celles-ci font l'objet d'émissions les samedis.

En Haïti, la radio a semblé être un choix naturel pour diffuser les informations de santé et les recommandations des médecins. Bien que l'on ne puisse obtenir des statistiques précises que les propriétaires de postes radio (les estimations du nombre de postes dans le pays varient entre 85.000 et 300.000), 900 parmi les 1.500 écoles rurales du pays ont accès à la radio, et il n'est pas rare de voir un Haïtien avec un poste à la main.

RESULTATS

L'incidence nationale imputable au *Radio Docteur* n'a jamais été évaluée. Une enquête d'un village de 4.000 habitants ayant écouté les émissions pendant huit ans a indiqué que la connaissance des sujets couverts dans les programmes avait connu un accroissement considérable. Toutefois, aucune justification n'a été fournie lors de la réalisation de ladite étude quant à l'isolement des répercussions des travaux d'éducation sanitaire exercés sur cette population, outre le *Radio Docteur*. Des contrôles au hasard et d'autres évidences subjectives suggèrent que les personnes ont mentalement enregistré les messages mais que la relation entre les connaissances en matière de santé et les pratiques sanitaires restent à étudier.

Un autre moyen de mesurer l'impact imputable au *Radio Docteur* est constitué de son "rejeton" scolaire, la Classe d'hygiène. Destinée à 30.000 étudiants de cinquième et sixième (dont la plupart sont âgés de dix à quinze ans), la Classe d'hygiène est une compétition d'enseignement. Le programme fonctionne de novembre à mars chaque année et est maintenant entré dans sa neuvième année. Les participants écoutent douze leçons à portée sanitaire, dont chacune est transmise trois fois par semaine en français (la langue d'éducation scolaire en Haïti). Immédiatement après chaque émission, les étudiants répondent par écrit à cinq questions, recevant deux points pour chaque réponse correcte. Des prix et des certificats sont décernés à la fois aux participants qui excellent et à leurs écoles sur la base des résultats de fin d'étude. Depuis son lancement, la participation à ce programme a grandi chaque année, le nombre des réponses écrites d'élèves de cinquième et de sixième étant passé de 444 en 1970 à 20.064 en 1975.

Après 1975, le programme du *Radio Docteur* est devenu une institution d'Etat par le biais du Département de l'éducation; en vue d'atteindre aussi bien les enseignants que les étudiants de toutes les écoles primaires d'Haïti.

A NOTER:

- Parallèlement à d'autres activités d'éducation, le Centre d'hygiène a élaboré des documents, des

films, des présentations de diapositives et d'enregistrements ainsi que des performances populaires. Il réalise également des séminaires et des cours de formation pour les travailleurs sanitaires.

- Les organismes gouvernementaux promoteurs et le Centre d'hygiène familiale (une organisation privée) bénéficient de relations excellentes. Le Centre met au point, effectue l'épreuve préalable et découvre des manières efficaces de présenter les messages que les autorités insèrent dans leurs programmes.
- Radio Lumière et Radio Nationale sont tous deux des organisations sans but lucratif, et le Ministère de la santé n'a pas à payer les heures d'émission.
- Un autre projet de Radio Lumière, qui se trouve encore au stade pilote, est destiné à étudier les possibilités d'emploi d'un poste émetteur-récepteur pour promouvoir le développement rural intégré. L'objet consiste à encourager les agriculteurs, les mères de famille et la jeunesse à formuler leurs plaintes et leurs opinions et d'enregistrer leurs paroles sur cassette en vue de pouvoir les écouter par la suite.
- Le réseau actuel de stations comprend 16 affiliations, ce qui est suffisant pour assurer une couverture au niveau national.

REFERENCES:

"On the Air," Edith Hollant, *Salubritas*, Volume 2, N° 2, 1978.

"Two-way Radio for Haiti," *ACTION: World Association for Christian Communication Newsletter*, Numéro 28, mars, 1978.

Information, éducation et communication (Manuel d'introduction en éducation sanitaire), Edith Lataillade Hollant et Laurent Eustache, Centre d'hygiène familiale, 1978.

"*Radio Docteur*: Health Education Radio Program of the Centre d'Hygiène Familiale," Edith Hollant, document non publié, février, 1977.

Clearinghouse on Development Communication
Janvier 1979

LE PROJET DE VILLAGE DE KAVAR

Iran

AUDIENCE-CIBLE:	16 villages dans la région de Kavar.
OBJECTIF:	Fournir des services sanitaires suffisants aux villages en formant des TSV (travailleurs sanitaires de village).
MEDIAS:	Documents et communication interpersonnelles.
BAILLEURS PROMOTEURS:	Université Pahlavi; Centre international de recherche pour le développement du Canada (CIRD).
DUREE:	De février 1973 à janvier 1976.
CONTACTS:	Le Dr. Houssain A. Ronaghy, Chairman, Department of Community Medicine, Pahlavi University School of Medicine, Saadi Hospital, Shiraz, Iran.

DESCRIPTION:

Le Projet du village de Kavar était l'un des deux projets pilotes lancés pour répondre à une carence accrue d'un personnel sanitaire formé et du problème de l'introduction limitée des services sanitaires modernes dans les régions reculées rurales de l'Iran. L'objectif initial consistait en l'accroissement de la santé rurale en Iran par le biais du développement du système de Corps sanitaire qui, en 1973, a fourni des stations sanitaires et des équipes mobiles destinées à couvrir approximativement 6.000 (environ 11 pour cent) des 55.000 villages iraniens. L'expansion du système du Corps sanitaire a été réalisée en formant des travailleurs sanitaires de village autochtones (TSV).

L'étude a commencé en janvier 1973 sous l'égide du Département de médecine de la collectivité (Ecole de médecine de l'Université Pahlavi) et avec l'appui financier du Centre international de recherche pour le développement du Canada (CIRD). Un site de formation TSV a été retenu à Kavar, une petite ville située à environ 58 kilomètres au sud-est de Shiraz. A Kavar se trouvait une station du Corps sanitaire, l'un des quelque 400 centres sanitaires du même genre, parsemés dans les régions rurales de l'Iran. Près de Kavar, on a choisi 16 villages isolés: dans chaque village, on a retenu un villageois sachant lire et écrire au sein d'un groupe de volontaires. Les 11 TSV du sexe masculin et les 5 TSV du sexe féminin offraient un large éventail d'âges (entre 16 et 45 ans), de personnalités et d'appartenance socio-économique. Leur formation comprenait des sessions en salle de classe, des démonstrations et une formation clinique. Après avoir terminé le cours, ils rentraient

dans leurs villages en tant qu'auxiliaires sanitaires rémunérés et suivaient périodiquement des cours de "recyclage."

Avant que n'aient lieu la sélection et la formation des TSV, on a mené des enquêtes de base visant à déterminer la prédominance des maladies, la disponibilité des villageois lettrés, et les soins médicaux. Les enquêtes ont révélé que la majeure partie des plaintes exprimées dans le dispensaire mobile du village étaient relativement simples et qu'un travailleur sanitaire auxiliaire était en mesure de traiter de manière satisfaisante la plupart des cas, et de transférer les autres cas au centre médical. De surcroît, une étude de sondage par échantillon a été menée auprès de 200 ménages, pour obtenir des données sur les attitudes, les connaissances et les pratiques (ACP) de la santé villageoise individuelle et publique. Dans le domaine des naissances, décès, mariages, divorces, immigrants et sur la population totale, des données de recensement ont également été collectées en vue d'être utilisées en tant que base pour la mise au point des objectifs de comportement devant être réalisés par les TSV: la lutte contre les maladies contagieuses; la santé tributaire de l'environnement; la nutrition; l'éducation de la collectivité; la santé maternelle ainsi qu'infantile; le planning familial; et le traitement. Ces objectifs afférents au comportement ont ensuite fourni les fondations nécessaires pour planifier un programme d'étude et pour établir le contenu des documents d'étude perses à préparer pour le cours. Les sujets couverts comprenaient la croissance et le développement, l'anatomie et la

physiologie, la nutrition, les maladies contagieuses, les relations entre les TSV et les patients, la santé materno-infantile et le planning familial, ainsi que la santé publique rurale.

Un cours intensif de formation d'une durée de six mois a commencé en août 1973 après la réunion des TSV à Kavar. L'objectif principal du cours consistait à préparer les TSV au travail préventif médical et éducatif dans leurs villages respectifs. Les membres du personnel du Département de médecine de la collectivité, le personnel médical du Corps sanitaire et le directeur de formation du projet ont enseigné les cours en intégrant la théorie et la pratique, en donnant aux étudiants l'opportunité quotidienne d'appliquer sur le terrain ou dans le dispensaire ce qu'ils avaient appris en classe. Les cours étaient dispensés dans la maison louée qui servait également de logements aux TSV, tandis que les travaux pratiques et de clinique se tenaient à la station proche du Corps sanitaire.

Les stagiaires TSV étaient divisés en quatre groupes à la tête desquels se trouvait une sage-femme attachée au dispensaire du Corps sanitaire, un auxiliaire du Corps sanitaire à la salle de traitement, un assistant de la station du Corps sanitaire spécialisé en pharmacologie et un médecin du Corps sanitaire. Chaque groupe étudiait l'un des domaines principaux: la santé de la mère et de l'enfant et le planning familial; le traitement (y compris la technique de stérilisation), les méthodes pour administrer les piqûres, le pansement de blessures et autres techniques de premiers soins; la posologie, les contre-indications, le dosage et les effets secondaires des médicaments; l'obtention de l'histoire médicale, l'examen physique et l'évaluation du patient. Tous les étudiants ont acquis de l'expérience dans les quatre domaines grâce à un roulement hebdomadaire. Ils ont consacré les trois derniers mois de formation à l'expertise clinique. On a enseigné aux TSV la manière d'évaluer les principaux problèmes aux cliniques ruraux et de déterminer si un patient devrait être soigné dans le village ou transféré chez un médecin à Kavar ou à Shiraz. Outre les consultations et les traitements que fournissaient les TSV aux patients dans la station du Corps sanitaire, ils effectuaient de nombreuses visites sur place, aux villages avoisinants.

RESULTATS:

Les aptitudes et les connaissances des stagiaires étaient évaluées périodiquement tout au long de leurs six mois, par le biais d'examens écrits et d'observations. Un comité de médecins observait les stagiaires TSV dans des cadres cliniques et sur le terrain puis évaluaient leur compétence dans chaque domaine de travail.

Les études d'évaluation indiquent que les TSV sont bien acceptés par la population et qu'ils influencent les pratiques sanitaires des villageois. Durant les premiers six mois que les TSV ont passés sur place, les visites des patients aux installations de dispensaire se chiffraient à 4.875 sur 9.152 et le pourcentage de femmes ayant entre 15 et 44 ans qui utilisaient des méthodes de planning familial a été porté de 8.8 à 21.4.

De surcroît, les TSV ont réussi à motiver les villageois pour entreprendre les améliorations fortement nécessaires en matière de salubrité (y compris la construction de lieux d'aisance sanitaires et l'aménagement des lieux existants), la séparation des locaux d'une part pour les animaux et d'autre part pour l'habitation humaine; la mise en place de sources d'eau propre (pompes et puits); et l'aménagement des baignoires en place ou la construction de nouveaux baignoires, le cas échéant.

A NOTER:

- Une grande partie du milieu médical iranien s'opposait fortement au projet, ou du moins le critiquait. Ses membres soutenaient que les vies et la santé des habitants seraient en danger en les mettant entre les mains de "semi-médecins" et de travailleurs sanitaires semi-experts.
- La structure sociale de village a causé des problèmes. Par exemple, les TSV éprouvant le plus de difficultés à être acceptés étaient ceux bien connus dans le village et dont on savait qu'ils appartenaient à des factions ou des familles identifiées avec certaines valeurs. La coutume et les pressions sociales ont également limité l'embauche féminine.
- Apparemment, l'expérience acquise par la prestation de services dans les villages et les petites villes promue par des organisations telles que le Corps sanitaire n'incite pas les médecins à s'installer dans les régions éloignées. Les docteurs du Corps sanitaire tendent plutôt à retourner vers les grands centres urbains aussitôt que leur mandat de travail est achevé.
- Un autre programme pilote, lancé en même temps que le Projet de village de Kavar, était le Projet du travailleur sanitaire de niveau moyen, à Marvdasht. Le travailleur sanitaire de niveau moyen (behdar) jouit de 9 à 11 années d'éducation et est formé pendant quatre années. Aussi envisage-t-on un système à trois échelons où le behdar servirait de liaison entre le TSV et le médecin ou l'hôpital.

REFERENCES:

- "Medical Problems of Developing Nations: An Attempt to Bring Medical Care to Rural Communities in Iran," H.A. Ronaghy, *British Medical Journal*, le 31 janvier 1970.
- "Village Health Workers," H.A. Ronaghy, Y. Mousseau-Gershman, and A. Dorozynski, International Development Research Centre, publication N° IDRC-074e, 1976.
- "The Auxiliary Worker in Iran," H.A. Ronaghy et S.L. Solter, *The Lancet*, le 25 août 1973.
- "Problem of Rural Health Care Delivery in Iran: Is the Chinese Barefoot Doctor Exportable?" H.A. Ronaghy and S.L. Solter, *IDRC Reports*, avril 1974.
- "Project Summary and Description," IDRC File No. 3-72-113.

"Success Story From Iran," *Future*, Vol. 4, No. 1, 1977
(condensed from A. Dorozhyski's "Health Care for the
Most People," *IDRC Reports*, Vol. 5, No. 3).

Clearinghouse on Development Communication
Avril 1979

(Bien qu'il soit de coutume au Clearinghouse de
demander aux personnes familiarisées avec les projets
décrits dans la présente série, d'examiner le texte
préliminaire des profils, les efforts ardues visant à
obtenir de tels commentaires avant la date limite de
publication, se sont en l'occurrence révélés vains.)

RADIO-DRAMES SUR L'EDUCATION SANITAIRE

Sri Lanka

AUDIENCE-CIBLE:	Population adulte de Sri Lanka parlant le sinhala et le tamil.
OBJECTIF:	Utiliser le principe de diversissement destiné à la population pour transmettre des informations relatives à la santé et au planning familial.
MEDIAS:	Radiodiffusion et cartes postales.
BAILLEURS PROMOTEURS:	Ministère de la sante, Ministère de l'information et de la diffusion, gouvernement de Sri Lanka; Fonds des Nations Unies pour les activités relatives à la population (FNUPA); Fonds des Nations Unies pour les enfants (UNICEF).
DUREE:	Entamé en 1973, terminé en 1977.
CONTACTS:	Piyasoma Medis, Sri Lanka Foundation Institute, 100 Independence Square, P.O. Box 1203, Colombo 7, Sri Lanka; Marty Rajandran, Program Officer, UNICEF, 5, Queens Avenue, Colombo 7, Sri Lanka.

DESCRIPTION:

En 1973 le gouvernement de Sri Lanka et le FNUPA ont élaboré et exécuté un projet de U.S.\$6 millions relatif à un planning familial à facettes multiples. Le projet couvre onze programmes à dénominateur commun parmi lesquels des études scolaires du cycle secondaire, l'enseignement médical, la prestation de soins sanitaires, l'éducation sanitaire, l'éducation des travailleurs, et les communications de masse, programmes qui ont été financé en vue d'encourager le planning familial. Dans le cadre de la composante communication populaire, deux séries de radio-drames ont été mises au point. Ce moyen d'expression par la radio a été choisi en raison de sa popularité d'écoute qui n'était surpassée que par la musique.

A la fin de 1973, l'UNICEF et la Société sri-lankaise d'émission (SSLE) ont conclu un accord en vertu duquel la SSLE produirait et diffuserait les deux séries radiophoniques, l'une dans la langue officielle sinhala, parlée par 72 pour cent de la population, l'autre en tamil, parlé par 20,5 pour cent de la population. En échange, l'UNICEF s'engageait à fournir du matériel de production à la SSLE d'une enveloppe financière s'élevant à U.S.\$13.000. L'UNICEF et le Ministère de la santé seraient chargés de l'information de planning familial qui serait insérée dans le texte des séries.

L'histoire en sinhala était centrée sur une famille de 14 enfants. On a comparé les problèmes inhérents à une

grande famille, à ceux que connaissait une famille avoisinante n'ayant que quatre enfants, le texte soulignant les avantages que possédaient les enfants d'une petite famille. L'histoire en tamil était centrée sur une famille de quatre enfants dont le père est au chômage. Le père se rend compte de l'importance du planning familial après avoir été confronté à une série de problèmes relatifs au fardeau que représente le soutien d'une famille.

Les deux séries ont été diffusées de manière hebdomadaire de juillet 1974 à juillet 1975, la période officielle du projet. Un comité de représentants du Ministère de la santé, du Ministère de l'information et de la diffusion ainsi que de l'UNICEF a ensuite été formé à dessein de concevoir une présentation pour l'expansion du projet. Le comité a jugé que le planning familial représentait un aspect de la santé familiale et, pour cette raison, a décidé que les scripts devaient être élargis pour inclure d'autres messages à portée sanitaire. Des questions sur la santé seraient posées à la fin de chaque feuilleton en vue de stimuler des réponses sous forme de cartes postales, une tactique applicable en raison du niveau élevé d'alphabétisation de Sri Lanka qui se chiffrait à 78 pour cent. Grâce à ces réponses, les réactions aux messages délivrés dans les séries ont pu être évaluées. Les deux nouvelles séries ont été lancées en mars 1976 et ont été diffusées de manière hebdomadaire, jusqu'en décembre 1976.

La nouvelle série sinhala, *Pahan Silawa* a gardé le texte d'origine. Le contenu éducatif a été développé pour inclure la santé infantile, l'hygiène et la nutrition. *Kan Kanda Theiram*, la série tamile, a adopté un texte nouveau étant donné que le texte d'origine avait atteint une conclusion logique. L'histoire tamile illustrait un docteur et sa famille vivant dans un village près d'une plantation de thé. Dans ce cadre, on pouvait examiner les questions sanitaires relatives aux familles pauvres des plantations, parlant principalement le tamile. Les personnages de l'histoire délivraient des informations portant sur la santé au moyen de scripts judicieux et pleins d'humour. Des thèmes religieux et de la musique gaie formaient une partie intégrante des deux séries.

RESULTATS:

Dans le but d'évaluer si les séries étaient efficaces et appropriées, on s'est servi d'échantillons aléatoires de personnes ayant envoyé des réponses par carte postale. On a envoyé un questionnaire accompagné d'une enveloppe affranchie adressée à l'expéditeur à cette population échantillon. De même pour cette étape, le dit questionnaire que la population remplissait elle-même pouvait être utilisé étant donné le taux élevé d'alphabétisation dont jouit Sri Lanka. Il comportait 30 questions à réponses multiples sur les caractéristiques démographiques de l'échantillon, son emploi des médias et ses connaissances précises en matière d'information sanitaire. Le questionnaire n'a pas tenté de découvrir si l'information sanitaire était mise en pratique, c'est-à-dire que le questionnaire devait chercher à savoir si les enquêtés avaient compris et se souvenaient des messages à incidence sanitaire sans s'occuper s'ils avaient adopté de bonnes pratiques en matière de santé. L'hypothèse (viable ou non) était fondée sur le fait que le souvenir de messages sanitaires précis prouverait qu'on les avait adoptés.

Bien que les questionnaires eussent été envoyés à un vaste échantillon (1.100 sinhala et 300 tamile), l'échantillon n'était pas représentatif en ce sens qu'il provenait d'auditeurs qui avaient envoyé des cartes postales au préalable. Ceci signifiait que seuls les auditeurs positivement prédisposés et instruits participeraient à l'évaluation. Toutefois, ne disposant que de peu de temps et d'argent, les évaluateurs ont décidé de concentrer leur analyse sur ces auditeurs connus. Le taux de réponse aux questionnaires était excellent pour les deux séries. Huit cent questionnaires sinhala (73 pour cent) et 180 questionnaires tamile (60 pour cent) ont

été renvoyés. Les conclusions à tirer peuvent se résumer comme suite: 1) les enquêtés étaient en majeure partie des femmes, célibataires, au chômage et ayant moins de 30 ans, avec un certain niveau d'études secondaires; 2) 88 pour cent écoutaient la radio entre 17 et 23 heures; 3) la majorité préférait des programmes divertissants mais une minorité non négligeable (39 pour cent) a indiqué une préférence pour les programmes d'éducation; 4) l'identification des heures d'émission et des caractères principaux a démontré une écoute prononcée des programmes, mais peu nombreux étaient les auditeurs qui avaient écouté tous les feuilletons d'une série; les enquêtés ont souligné que l'information de portée sanitaire leur était nouvelle et précieuse; et 59 pour cent des auditeurs de programmes sinhala pouvaient se rappeler certains des messages de santé, tandis que 100 pour cent des auditeurs des programmes tamile pouvaient se souvenir des messages sanitaires.

A NOTER:

- Entre 33 et 50 pour cent des mères participant aux cliniques de la santé dans des zones choisies au hasard avaient écouté le programme et étaient en mesure de mentionner certains des messages de santé diffusés.
- Quatre-vingt quinze pour cent des cartes envoyées en réponse aux questions sur la santé, à la fin de chaque programme, correspondaient à des réponses exactes.
- *Pahan Silawa*, la série en sinhala, a continué ses diffusions dans le cadre d'une promotion privée en excluant les messages de santé de ses scripts.
- Approximativement 26.000 cartes postales ont été reçues durant la présentation des séries. On en a reçu jusqu'à 1.000 en un seul jour.

REFERENCES:

- Health Messages Through Radio Drama, A Sri Lanka Experience*, Piyasoma Medis et Marty Rajandran, UNICEF, Colombo, Sri Lanka, 1977.
- "Sri Lanka Soap Operas," *Project Support Communications Newsletter (PSC)*, Information Division, UNICEF, New York, Vol. 1, No. 3.

Clearinghouse on Development Communication
Avril 1980

INDEX

ACTION CULTURELLE POPULAIRE DU HONDURAS, 53

(Voir aussi:) Amérique latine, Auto financement et financement local, **Education et ressources humaines**, Emission radiophonique, Honduras, Matériel imprimé

(L') ACTION CULTURELLE POPULAIRE (ACPO), 17

(Voir aussi:) Aides audio-visuelles, Amérique latine, Auto financement et financement local, Colombie, **Développement intégré**, Emission radiophonique, Film, Interpersonnel, Matériel imprimé

Afghanistan

AIDE A LA RADIODIFFUSION EN MILIEU RURAL, Afghanistan, **Agriculture, 9**

Afrique

CAMPAGNE DE PUBLICITE SUR LA NUTRITION, Tunisie, **Nutrition, 69**
CENTRE D'INSTRUCTION A DISTANCE DU LESOTHO, Lesotho, **Education et ressources humaines, 45**
(LES) ENFANTS DE MON FRERE, Nigéria, **Population, 81**
(L') HOMME EST LA SANTE (MTU NI AFYA), Tanzanie, **Santé, 91**
LAEDZA BATANANI, Botswana, **Développement intégré, 19**
PROGRAMME DE GESTION DE BALNEATION DU BETAIL A KIPSIGIS, Kenya, **Agriculture, 11**
PROJET PILOTE D'ENSEIGNEMENT PAR LA RADIO DES MEDIAS DE COMMUNICATION POUR L'EDUCATION DES ADULTES, Sénégal, **Agriculture, 7**

PROJET POUR L'EGALITE D'ACCES DES FEMMES ET DES JEUNES FILLES A L'EDUCATION, Haute-Volta, **Développement intégré, 25**

TE' -NIGER, Niger, **Education et ressources humaines, 49**

UNITE DE COURS PAR CORRESPONDANCE, Kenya, **Education et ressources humaines, 39**

ZAA NA UWATUNZE, Kenya, **Santé, 97**

AGRICULTURE

AIDE A LA RADIODIFFUSION EN MILIEU RURAL, Afghanistan, **9**
ECOLE-SUR-LES-ONDES, Inde, **3**
EDUCATION DE BASE DANS LES VILLAGES, Guatemala, **1**
MASAGANA 99, Philippines, **13**
PROGRAMME POUR LA GESTION DE BALNEATION DU BETAIL A KIPSIGIS, Kenya, **11**
PROJET PILOTE D'ENSEIGNEMENT PAR LA RADIO DES MEDIAS DE COMMUNICATION POUR L'EDUCATION DES ADULTES, Sénégal, **7**
PROJET PILOTE UTILISANT LES RADIO-CLUBS DANS LE CADRE DE L'EXPLOITATION AGRICOLE, Thaïland, **5**

AIDE A LA RADIODIFFUSION EN MILIEU RURAL, 9

(Voir aussi:) Afghanistan, **Agriculture**, Asie, Bailleurs de fonds internationaux, Cassettes, Interpersonnel, Radio

Aides Audio-visuelles

(L') ACTION CULTURELLE POPULAIRE (ACPO) Colombie, **Développement intégré, 17**
APPROCHE COMPARATIVE ENTRE DES PRINCIPES D'AGRICULTURE ET LE PLANNING FAMILIAL, Philippines, **Population, 79**

CAMPAGNE POUR L'ALLAITEMENT
NATUREL, Trinidad et Tobago,
Nutrition, 61

DEMONSTRATION DE PLANNING
FAMILIAL A ISPAHAN, Iran,
Population, 77

EDUCATION DE BASE DANS LES
VILLAGES, Guatemala,
Agriculture, 1

(L') HOMME EST LA SANTE (MTU NI
AFYA), **Santé, 91**

MASAGANA 99, Philippines,
Agriculture, 13

PROGRAMME DE COMMERCIALISATION
DE PREETHI, Sri Lanka,
Population, 85

PROGRAMME DE GESTION DE
BALNEATION DU BETAIL A
KIPSIGIS, Kenya,
Agriculture, 11

PROJET DE COMMUNICATION DE
MASSE SUR LA NUTRITION,
Inde, **Nutrition, 63**

PROJET D'EXPERIMENTATION EN
NUTRITION, Brésil,
Nutrition, 59

PROJET POUR L'EGALITE D'ACCES
DES FEMMES ET DES JEUNES
FILLES A L'EDUCATION, Haute-
Volta, **Développement
intégré, 25**

PROJET POSHAK, Inde, **Nutrition,
67**

RADIO DOCTEUR, Haïti, **Santé, 99**

Alaska

TELEMEDECINE EN ALASKA, Etats-
Unis, **Santé, 95**

Amérique du Nord

PROJET DU YUKON INFERIEUR
(SKYRIVER), Etats-Unis,
Développement intégré, 21

TELEMEDICINE EN ALASKA, Etats-
Unis, **Santé, 95**

Amérique latine

(L') ACTION CULTURELLE
POPULAIRE (ACPO), Colombie,
Développement intégré, 17

ACTION CULTURELLE POPULAIRE DU
HONDURAS, Honduras,
**Education et ressources
humaines, 53**

CAMPAGNE DE PLANNING FAMILIAL
SUR LE THEME "AYEZ BON
COEUR", Jamaïque,
Population, 75

CAMPAGNE POUR L'ALLAITEMENT
NATUREL, Trinidad et Tobago,
Nutrition, 61

EDUCATION DE BASE DANS LES
VILLAGES, Guatemala,
Agriculture, 1

MOVIMENTO DE EDUCACAO DE BASE
(MEB), Brésil, **Education et
ressources humaines, 57**

PROGRAMME APROFAM DE PLANNING
FAMILIAL, Guatemala,
Population, 87

PROGRAMME DES MEDIAS DE MASSE
OU PROGRAMME D'EDUCATION
DIRECTE, Mexique, **Nutrition,
73**

PROJET D'ENSEIGNEMENT
RADIOPHONIQUE EN MILIEU
RURAL, Paraguay, **Education
et ressources humaines, 55**

PROJET D'EXPERIMENTATION EN
NUTRITION, Brésil,
Nutrition, 59

(LE) PROJET PILA, Guatemala,
Santé, 93

RADIO DOCTEUR, Haïti, **Santé, 99**

RADIO MATHEMATIQUES, Nicaragua,
**Education et ressources
humaines, 33**

RADIO-MESSAGES, Equateur,
Développement intégré, 23

RADIO SANTA MARIA, République
Dominicaine, **Education et
ressources humaines, 37**

(LA) TELEVISION EDUCATIVE ET LA
REFORME DE L'ENSEIGNEMENT,
El Salvador **Education et
ressources humaines, 35**

APPROCHE COMPARATIVE ENTRE DES PRINCIPES D'AGRICULTURE ET LA PLANNIFICATION FAMILIAL, 79

(Voir aussi:) Aides audio-
visuelles, Asie, Bailleurs de
fonds internationaux, (Les)
femmes dans le développement,
Financement de l'Etat,
Interpersonnel, Médias
populaires, Philippines,
Population

Asie

- AIDE A LA RADIODIFFUSION EN
MILIEU RURAL, Afghanistan,
Agriculture, 9
- APPROCHE COMPARATIVE ENTRE DES
PRINCIPES D'AGRICULTURE ET
LE PLANNING FAMILIAL,
Philippines, **Population, 79**
- CAMPAGNE PUBLICITAIRE DES
MEDIAS DE MASSE SUR LA
NUTRITION, Philippines,
Nutrition, 65
- ECOLE-SUR-LES-ONDES, Inde,
Agriculture, 3
- FORMATION D'ENSEIGNANTS PAR
SATELLITE (SITE), Inde,
**Education et ressources
humaines, 43**
- PROGRAMME DE COMMERCIALISATION
DE PREETHI, Sri Lanka,
Population, 85
- PROJET DE COMMUNICATION DE
MASSE SUR LA NUTRITION,
Inde, **Nutrition, 63**
- PROJET DE DEVELOPPEMENT RURAL
INTEGRE DE SHADAB, Pakistan,
Développement intégré, 27
- (LE) PROJET DE JAMU, Indonésie,
Population, 83
- PROJET PILOTE D'ENSEIGNEMENT
PAR LA RADIO DES MEDIAS DE
COMMUNICATION POUR
L'EDUCATION DES ADULTES,
Sénégal, **Agriculture, 7**
- (LE) PROJET PILOTE UTILISANT
LES RADIO-CLUBS DANS LE
CADRE DE L'EXPLOITATION
AGRICOLE, Thaïland,
Agriculture, 5
- PROJET POSHAK, Inde, **Nutrition,
67**
- RADIO-DRAMES SUR L'EDUCATION
SANITAIRE, Sri Lanka, **Santé,
105**

Autofinancement et financement local

- (L') ACTION CULTURELLE
POPULAIRE (ACPO), Colombie,
Développement intégré, 17

- ACTION CULTURELLE POPULAIRE DU
HONDURAS, Honduras,
**Education et ressources
humaines, 53**
- CAMPAGNE POUR L'ALLAITEMENT
NATUREL, Trinidad et Tobago,
Nutrition, 61
- LAEDZA BATANANT, Botswana,
Développement intégré, 19
- (LE) PROJET JAMU, Indonésie,
Population, 83
- PROJET POSHAK, Inde, **Nutrition,
67**
- PROJET POUR L'EGALITE D'ACCES
DES FEMMES ET DES JEUNES
FILLES A L'EDUCATION, Haute-
Volta, **Développement
intégré, 25**
- RADIO DOCTEUR, Haïti, **Santé, 99**
- RADIO SANTA MARIA, République
Dominicaine, **Education et
ressources humaines, 37**

Bailleurs de fonds internationaux

- AIDE A LA RADIODIFFUSION EN
MILIEU RURAL, Afghanistan,
Agriculture, 9
- APPROCHE COMPARATIVE ENTRE DES
PRINCIPES D'AGRICULTURE ET
LE PLANNING FAMILIAL,
Philippines, **POPULATION, 79**
- CAMPAGNE DE PUBLICITE SUR LA
NUTRITION, Tunisie,
Nutrition, 69
- CAMPAGNE PUBLICITAIRE DES
MEDIAS DE MASSE SUR LA
NUTRITION, Philippines,
Nutrition, 65
- CENTRE D'INSTRUCTION A DISTANCE
DU LESOTHO, Lesotho,
**Education et ressources
humaines, 45**
- (LES) ENFANTS DE MON FRERE,
Nigéria, **Population, 81**
- (L') HOMME EST LA SANTE (MTU NI
AFYA), Tanzanie, **Santé, 91**
- MASAGANA 99, Philippines,
Agriculture, 13
- MOVIMENTO DE EDUCACAO DE BASE
(MEB), Brésil, **Education et
ressources humaines, 57**
- PROGRAMME DE COMMERCIALISATION
DE PREETHI, Sri Lanka,
Population, 85

PROGRAMME DE GESTION DE
BALNEATION DU BETAIL A
KIPSIGIS, Kenya,
Agriculture, 11

PROJET DE COMMUNICATION DE
MASSE SUR LA NUTRITION,
Inde, **Nutrition, 63**

PROJET D'ENSEIGNEMENT
RADIOPHONIQUE EN MILIEU
RURAL, Paraguay, **Education
et ressources humaines, 55**

PROJET D'EXPERIMENTATION EN
NUTRITION, Brésil,
Nutrition, 59

(LE) PROJET DE VILLAGE DE
KAVAR, Iran, **Santé 101**

(LE) PROJET PILA, Guatemala,
Santé, 93

PROJET PILOTE D'ENSEIGNEMENT
PAR LA RADIO DES MEDIAS DE
COMMUNICATION POUR
L'EDUCATION DES ADULTES,
Sénégal, **Agriculture, 7**

PROJET PILOTE UTILISANT LES
RADIO-CLUBS DANS LE CADRE DE
L'EXPLOITATION AGRICOLE,
Thaïlande, **Agriculture, 5**

PROJET POUR L'EGALITE D'ACCES
DES FEMMES ET DES JEUNES
FILLES A L'EDUCATION, Haute-
Volta, **Développement
intégré, 25**

PROJET POSHAK, Inde, **Nutrition,
67**

RADIO-DRAMES SUR L'EDUCATION
SANITAIRE, Sri Lanka, **Santé,
105**

TELE-NIGER, Niger, **Education et
ressources humaines, 49**

(LA) TELEVISION EDUCATIVE ET LA
REFORME DE L'ENSEIGNEMENT,
El Salvador, **Education et
ressources humaines, 35**

ZAA NA UWATUNZE, Kenya, **Santé,
97**

Botswana

LAEDZA BATANANI, **Développement
intégré, 19**

Brésil

MOVIMENTO DE EDUCACAO DE BASE
(MEB), **Education et
ressources humaines, 57**

PROJET D'EXPERIMENTATION EN
NUTRITION, **Nutrition, 59**

CAMPAGNE DE PLANNING FAMILIAL SUR LE THEME "AYEZ BON COEUR", 75

(Voir aussi:) Amérique latine,
(Les) femmes dans le
développement, Financement par
l'Etat, Interpersonnel,
Jamaïque, Matériel imprimé,
Population

CAMPAGNE POUR L'ALLAITEMENT NATUREL, 61

(Voir aussi:) Aides audio-
visuelles, Amérique latine,
Autofinancement et financement
local, Emission radiophonique,
Emission télévisée, (Les)
femmes dans le développement,
Film, **Nutrition**, Tobago,
Trinidad

CAMPAGNE PUBLICITAIRE DES MEDIAS DE MASSE SUR LA NUTRITION, 65

(Voir aussi:) Asie, Bailleurs
de fonds internationaux,
Emission radiophonique, (Les)
femmes dans le développement,
Financement par l'Etat,
Interpersonnel, **Nutrition**,
Philippines

CAMPAGNE DE PUBLICITE SUR LA NUTRITION, 69

(Voir aussi:) Afrique,
Bailleurs de fonds
internationaux, Emission
radiophonique, (Les) femmes
dans le développement,
Financement par l'Etat,
Interpersonnel, **Nutrition**,
Tunisie

Cassettes

AIDE A LA RADIODIFFUSION EN
MILIEU RURAL, Afghanistan,
Agriculture, 9

(L') HOMME EST LA SANTE (MTU NI
AFYA), Tanzanie, **Santé, 91**

PROGRAMME DE GESTION DE
BALNEATION DU BETAIL A
KIPSIGIS, Kenya,
Agriculture, 11

(LE) PROJET PILA, Guatemala,
Santé, 93
RADIO DOCTEUR, Haïti, **Santé 99**
RADIO-MESSAGES, Equateur,
Développement intégré, 23

**CENTRE D'INSTRUCTION A DISTANCE DU
LESOTHO, 45**

(Voir aussi:) Afrique,
Bailleurs de fonds
internationaux, **Education et
ressources humaines**, Emission
radiophonique, (Les) femmes
dans le développement,
Financement par l'Etat,
Interpersonnel, Lesotho,
Matériel imprimé

Colombie

(L') ACTION CULTURELLE
POPULAIRE (ACPO),
Développement intégré, 17

Correspondence

EDUCATION DE BASE DANS LES
VILLAGES, Guatemala,
Agriculture, 1
ECOLE-SUR-LES-ONDES, Inde,
Agriculture, 3
PROJET PILOTE D'ENSEIGNEMENT
PAR LA RADIO DES MEDIAS DE
COMMUNICATION POUR
L'EDUCATION DES ADULTES,
Sénégal, **Agriculture, 7**
UNITE DE COURS PAR
CORRESPONDANCE, Kenya,
**Education et ressources
humaines, 39**

DEVELOPPEMENT INTEGRE

(L') ACTION CULTURELLE
POPULAIRE (ACPO), Colombie,
17
EXPERIENCE D'ENSEIGNEMENT
TELEVISE PAR SATELLITE
(SITE), Inde, **29**
LAEDZA BATANANI, Botswana, **19**
PROJET DE DEVELOPPEMENT RURAL
INTEGRE DE SHADAB, Pakistan,
27
PROJET DU YUKON INFERIEUR
(SKYRIVER), Etats-Unis, **21**
PROJET POUR L'EGALITE D'ACCES
DES FEMMES ET DES JEUNES

FILLES A L'EDUCATION, Haute-
Volta, **25**
RADIO-MESSAGES, Equateur, **23**

ECOLE-SUR-LES-ONDES, 3

(Voir aussi:) **Agriculture**,
Asie, Correspondance, Emission
radiophonique, Financement par
l'Etat, Inde

**EDUCATION DE BASE DANS LES
VILLAGES, 1**

(Voir aussi:) Aides audio-
visuelles, Amérique latine,
Correspondance. **Education et
ressources humaines**, Emission
radiophonique, Financement par
l'Etat, Guatemala,
Interpersonnel, Participation
de l'AID

EDUCATION ET RESSOURCES HUMAINES

ACTION CULTURELLE POPULAIRE DU
HONDURAS, Honduras, **53**
CENTRE D'INSTRUCTION A DISTANCE
DU LESOTHO, Lesotho, **45**
FORMATION D'ENSEIGNANTS PAR
SATELLITE (SITE), Inde, **43**
MOVIMENTO DE EDUCACAO DE BASE
(MEB), Brésil, **57**
PROJET D'ENSEIGNEMENT
RADIOPHONIQUE EN MILIEU
RURAL, Paraguay, **55**
RADIO MATHÉMATIQUES, Nicaragua,
33
RADIO SANTA MARIA, République
Dominicaine, **37**
TELE-NIGER, Niger, **49**
(LA) TELEVISION EDUCATIVE ET LA
REFORME DE L'ENSEIGNEMENT,
El Salvador, **35**
UNITE DE COURS PAR
CORRESPONDANCE, Kenya, **39**

El Salvador

(LA) TELEVISION EDUCATIVE ET LA
REFORME DE L'ENSEIGNEMENT,
**Education et ressources
humaines, 35**

Emission radiophonique

(L') ACTION CULTURELLE
POPULAIRE (ACPO), Colombie,
Développement intégré, 17

ACTION CULTURELLE POPULAIRE DU
HONDURAS, Honduras,
**Education et ressources
humaines, 53**

AIDE A LA RADIODIFFUSION EN
MILIEU RURAL, Afghanistan,
Agriculture, 9

CAMPAGNE DE PUBLICITE SUR LA
NUTRITION, Tunisie,
Nutrition, 69

CAMPAGNE POUR L'ALLAITEMENT
NATUREL, Trinidad et Tobago,
Nutrition, 61

CENTRE D'INSTRUCTION A DISTANCE
DU LESOTHO, Lesotho,
**Education et ressources
humaines, 45**

DEMONSTRATION DE PLANNING
FAMILIAL A ISPAHAN, Iran,
Population, 77

ECOLE-SUR-LES-ONDES, Inde,
Agriculture, 3

EDUCATION DE BASE DANS LES
VILLAGES, Guatemala,
Agriculture, 1

FORMATION D'ENSEIGNANTS PAR
SATELLITE (SITE), Inde,
**Education et ressources
humaines, 43**

MASAGANA 99, Philippines,
Agriculture, 13

MOVIMENTO DE EDUCACAO DE BASE
(MEB), Brésil, **Education et
ressources humaines, 57**

PROGRAMME APROFAM DE PLANNING
FAMILIAL, Guatemala
Population, 87

PROGRAMME DE COMMERCIALISATION
DE PREETHI, Sri Lanka,
Population, 85

PROGRAMME DES MEDIAS DE MASSE
OU PROGRAMME D'EDUCATION
DIRECTE, Mexique, **Nutrition,
73**

PROJET DE COMMUNICATION DE
MASSE SUR LA NUTRITION, Inde
Nutrition, 63

PROJET D'ENSEIGNEMENT
RADIOPHONIQUE EN MILIEU
RURAL, Paraguay, **Education
et ressources humaines, 55**

(LE) PROJET JAMU, Indonésie,
Population, 83

PROJET PILOTE D'ENSEIGNEMENT
PAR LA RADIO DES MEDIAS DE
COMMUNICATION POUR
L'EDUCATION DES ADULTES,
Sénégal, **Agriculture, 7**

PROJET PILOTE UTILISANT LES
RADIO-CLUBS DANS LE CADRE DE
L'EXPLOITATION AGRICOLE,
Thaïland, **Agriculture, 5**

PROJET POUR L'EGALITE D'ACCES
DES FEMMES ET DES JEUNES
FILLES A L'EDUCATION, Haute-
Volta, **Développement
intégré, 25**

RADIO DOCTEUR, Haïti, **Santé, 99**

RADIO-DRAMES SUR L'EDUCATION
SANITAIRE, Sri Lanka, **Santé,
105**

RADIO-MESSAGES, Equateur,
Développement intégré, 23

RADIO SANTA MARIA, République
Dominicaine, **Education et
ressources humaines, 37**

ZAA NA UWATUNZE, Kenya, **Santé,
97**

Emission télévisée

CAMPAGNE POUR L'ALLAITEMENT
NATUREL, Trinidad et Tobago,
Nutrition, 61

EXPERIENCE D'ENSEIGNEMENT
TELEVISE PAR SATELLITE
(SITE), Inde, **Développement
intégré, 29**

FORMATION D'ENSEIGNANTS PAR
SATELLITE (SITE) Inde,
**Education et ressources
humaines, 43**

MASAGANA 99, Philippines,
Agriculture, 13

PROGRAMME APROFAM DE PLANNING
FAMILIAL, Guatemala,
Population, 87

TELE-NIGER, Niger, **Education et
ressources humaines, 49**

(LA) TELEVISION EDUCATIVE ET LA
REFORME DE L'ENSEIGNEMENT,
El Salvador, **Education et
ressources humaines, 35**

(LES) ENFANTS DE MON FRERE, 81
(Voir aussi:) Afrique,
Bailleurs de fonds
internationaux, (Les) femmes

dans le développement,
Financement par l'Etat,
Interpersonnel, Matériel
imprimé, Médias populaires,
Nigéria, Population

Equateur

RADIO-MESSAGES, Développement
intégré, 23

Etats-Unis

(Voir aussi:) Amérique du Nord

**EXPERIENCE D'ENSEIGNEMENT TELEVISE
PAR SATELLITE (SITE), 29**

(Voir aussi) Développement
intégré, Emission télévisée,
Financement par l'Etat, Inde,
Satellite

(Les) femmes dans le développement

APPROCHE COMPARATIVE ENTRE DES
PRINCIPES D'AGRICULTURE ET
LE PLANNING FAMILIAL,
Philippines, Population, 79

CAMPAGNE DE PLANNING FAMILIAL
SUR LE THEME "AYEZ BON
COEUR", Jamaïque,
Population, 75

CAMPAGNE POUR L'ALLAITEMENT
NATUREL, Trinidad et Tobago,
Nutrition, 61

CAMPAGNE PUBLICITAIRE DES
MEDIAS DE MASSE SUR LA
NUTRITION, Philippines,
Nutrition, 65

CAMPAGNE DE PUBLICITE SUR LA
NUTRITION, Tunisie,
Nutrition, 69

CENTRE D'INSTRUCTION A DISTANCE
DU LESOTHO, Lesotho,
Education et ressources
humaines, 45

DEMONSTRATION DE PLANNING
FAMILIAL A ISPAHAN, Iran,
Population, 77

(LES) ENFANTS DE MON FRERE,
Nigéria, Population, 81

FORMATION D'ENSEIGNANTS PAR
SATELLITE (SITE), Inde,
Education et ressources
humaines, 43

(L') HOMME EST LA SANTE (MTU NI
AFYA), Tanzanie, Santé, 91

LAEDZA BATANAN, Botswana,
Développement intégré, 19

PROJET DE COMMUNICATION DE
MASSE SUR LA NUTRITION,
Inde, Nutrition, 63

PROJET D'EXPERIMENTATION EN
NUTRITION, Brésil,
Nutrition, 59

PROJET DU YUKON INFERIEUR
(SKYRIVER), Etats-Unis,
Développement intégré, 21

(LE) PROJET JAMU, Indonésie,
Population, 83

(LE) PROJET PILA, Guatemala,
Santé, 93

PROJET POSHAK, Inde, Nutrition,
67

PROJET POUR L'EGALITE D'ACCES
DES FEMMES ET DES JEUNES
FILLES A L'EDUCATION, Haute-
Volta, Développement
intégré, 25

RADIO DOCTEUR, Haïti, Santé, 99

RADIO MESSAGES, Equateur,
Développement intégré, 23

RADIO SANTA MARIA, République
Dominicaine, Education et
ressources humaines, 37

TELEMEDICINE EN ALASKA, Etats-
Unis, Santé, 95

UNITE DE COURS PAR
CORRESPONDANCE, Kenya,
Education et ressources
humaines, 39

ZAA NA UWATUNZE, Kenya, Santé,
97

Film

(L') ACTION CULTURELLE
POPULAIRE (ACPO), Colombie,
Développement intégré, 17

CAMPAGNE POUR L'ALLAITEMENT
NATUREL, Trinidad et Tobago,
Nutrition, 61

DEMONSTRATION DE PLANNING
FAMILIAL A ISPAHAN, Iran,
Population, 77

PROGRAMME DE COMMERCIALISATION
DE PREETHI, Sri Lanka,
Population, 85

PROGRAMME DE GESTION DE
BALNEATION DU BETAIL A
KIPSIGIS, Kenya,
Agriculture, 11

PROJET DE COMMUNICATION DE
MASSE SUR LA NUTRITION,
Inde, **Nutrition**, 63
PROJET DU YUKON INFERIEUR
(SKYRIVER), Etats-Unis,
Développement intégré, 21
PROJET PILOTE D'ENSEIGNEMENT
PAR LA RADIO DES MEDIAS DE
COMMUNICATION POUR
L'EDUCATION DES ADULTES,
Sénégal, **Agriculture**, 7
PROJET POSHAK, Inde, **Nutri-
tion**, 67
PROJET POUR L'EGALITE D'ACCES
DES FEMMES ET DES FILLES A
L'EDUCATION, Haute-Volta,
Développement intégré, 25

Financement local

(Voir aussi:) Autofinancement

Financement par l'Etat

APPROCHE COMPARATIVE ENTRE DES
PRINCIPES D'AGRICULTURE ET
LE PLANNING FAMILIAL,
Philippines, **Population**, 79
CAMPAGNE DE PLANNING FAMILIAL
SUR LE THEME "AYEZ BON
COEUR", Jamaïque,
Population, 75
CAMPAGNE DE PUBLICITE SUR LA
NUTRITION, Tunisie,
Nutrition, 69
CAMPAGNE PUBLICITAIRE DES
MEDIAS DE MASSE SUR LA
NUTRITION, Philippines,
Nutrition, 65
CENTRE D'INSTRUCTION A DISTANCE
DU LESOTHO, Lesotho,
**Education et ressources
humaines**, 45
DEMONSTRATION DE PLANNING
FAMILIAL A ISPAHAN, Iran,
Population, 77
ECOLE-SUR-LES-ONDES, Inde,
Agriculture, 3
EDUCATION DE BASE DANS LES
VILLAGES, Guatemala,
Agriculture, 1
(LES) ENFANTS DE MON FRERE,
Nigéria, **Population**, 81

EXPERIENCE D'ENSEIGNEMENT
TELEVISE PAR SATELLITE
(SITE), Inde, **Développement
intégré**, 29

FORMATION D'ENSEIGNANTS PAR
SATELLITE (SITE), Inde,
**Education et ressources
humaines**, 43

(L') HOMME EST LA SANTE (MTU NI
AFYA), Tanzanie, **Santé**, 91

MASAGANA 99, Philippines,
Agriculture, 13

MOVIMENTO DE EDUCACAO DE BASE,
Brésil, **Education et
ressources humaines**, 57

PROGRAMME DE GESTION DE
BALNEATION DU BETAIL A
KIPSIGIS, Kenya,
Agriculture, 11

PROGRAMME DES MEDIAS DE MASSE
OU PROGRAMME D'EDUCATION
DIRECTE, Mexique, **Nutrition**,
73

PROJET DE DEVELOPPEMENT RURAL
INTEGRE DE SHADAB, Pakistan
Développement intégré, 27

PROJET D'ENSEIGNEMENT
RADIOPHONIQUE EN MILIEU
RURAL, Paraguay, **Education
et ressources humaines**, 55

PROJET DU YUKON INFERIEUR
(SKYRIVER), Etats-Unis,
Développement intégré, 21

PROJET PILOTE D'ENSEIGNEMENT
PAR LA RADIO DES MEDIAS DE
COMMUNICATION POUR
L'EDUCATION DES ADULTES,
Sénégal, **Agriculture**, 7

PROJET PILOTE LES RADIO-CLUBS
DANS LE CADRE DE
L'EXPLOITATION AGRICOLE,
Thaïland, **Agriculture**, 5

PROJET POSHAK, Inde, **Nutrition**,
67

PROJET POUR L'EGALITE D'ACCES
DES FEMMES ET DES JEUNES
FILLES A L'EDUCATION, Haute-
Volta, **Développement
intégré**, 25

RADIO DOCTEUR, Haïti, **Santé**, 99

RADIO-DRAMES SUR L'EDUCATION
SANITAIRE, Sri Lanka, **Santé**,
105

RADIO-MATHEMATIQUES, Nicaragua,
Education et ressources
humaines, 33

RADIO SANTA MARIA, République
Dominicaine, Education et
ressources humaines, 37

TELEMEDECINE EN ALASKA, Etats-
Unis, Santé, 95

TELE-NIGER, Niger, Education et
ressources humaines, 49

(LA) TELEVISION EDUCATIVE ET LA
REFORME DE L'ENSEIGNEMENT,
El Salvador, Education et
ressources humaines, 35

UNITE DE COURS PAR
CORRESPONDANCE, Kenya,
Education et ressources
humaines, 39

ZAA NA UWATUNZE, Kenya, Santé,
97

FORMATION D'ENSEIGNANTS PAR SATELLITE (SITE), 43

(Voir aussi:) Asie, Education
et ressources humaines,
Emission radiophonique,
Emission télévisée, (Les)
femmes dans le développement,
Financement par l'Etat, Inde,
Interpersonnel, Matériel
imprimé, Participation de
l'AID, Satellite

Guatemala

EDUCATION DE BASE DANS LES
VILLAGES, Agriculture, 1
PROGRAMME APROFAM PLANNING
FAMILIAL, Population, 87
(LE) PROJET PILA, Santé, 93

Haïti

RADIO DOCTEUR, Santé, 99

Haute-Volta

PROJET POUR L'EGALITE D'ACCES
DES FEMMES ET DES JEUNES
FILLES A L'EDUCATION,
Développement intégré, 25

(L') HOMME ET LA SANTE, (MTU NI AFYA), 91

(Voir aussi:) Afrique, Aides
audio-visuelles, Bailleurs de
fonds internationaux,

Cassettes, (Les) femmes dans le
développement, Financement par
l'Etat, Interpersonnel,
Matériel imprimé, Radio
émetteur-récepteur, Santé,
Tanzanie

Honduras

ACTION CULTURELLE POPULAIRE DU
HONDURAS, Education et
ressources humaines, 53

Inde

ECOLE-SUR-LES-ONDES,
Agriculture, 3
EXPERIENCE D'ENSEIGNEMENT
TELEVISE PAR SATELLITE
(SITE), Développement
intégré, 29
FORMATION D'ENSEIGNANTS PAR
SATELLITE (SITE), Education
et ressources humaines, 43
PROJET DE COMMUNICATION DE
MASSE SUR LA NUTRITION,
Nutrition, 63
PROJET POSHAK, Nutrition, 67

Indonésie

(LE) PROJET JAMU, Population,
83

Interpersonnel

(L') ACTION CULTURELLE
POPULAIRE (ACPO), Colombie,
Développement intégré, 17
AIDE A LA RADIODIFFUSION EN
MILIEU RURAL, Afghanistan,
Agriculture, 9

APPROCHE COMPARATIVE ENTRE DES
PRINCIPES D'AGRICULTURE ET
LE PLANNING FAMILIAL,
Philippines, Population, 79
CAMPAGNE DE PLANNING FAMILIAL
SUR LE THEME "AYEZ BON
COEUR", Jamaïque,
Population, 75
CAMPAGNE DE PUBLICITE SUR LA
NUTRITION, Tunisie,
Nutrition, 69
CAMPAGNE PUBLICITAIRE DES
MEDIAS DE MASSE SUR LA
NUTRITION, Philippines,
Nutrition, 65

CENTRE D'INSTRUCTION A DISTANCE
DU LESOTHO, Lesotho,
**Education et ressources
humaines, 45**

DEMONSTRATION DE PLANNING
FAMILIAL A ISPAHAN, Iran,
Population, 77

EDUCATION DE BASE DANS LES
VILLAGES, Guatemala,
Agriculture, 1

(LES) ENFANTS DE MON FRERE,
Nigéria, **Population, 81**

FORMATION D'ENSEIGNANTS PAR
SATELLITE (SITE), Inde,
**Education et ressources
humaines, 43**

(L') HOMME EST LA SANTE (MTU NI
AFYA), Tanzanie, **Santé, 91**

LAEDZA BATANANI, Botswana,
Développement intégré, 19

MASAGANA 99, Philippines,
Agriculture, 13

MOVIMENTO DE EDUCACAO DE BASE
(MEB), Brésil, **Education et
ressources humaines, 57**

PROGRAMME APROFAM DE PLANNING
FAMILIAL, Guatemala,
Population, 87

PROGRAMME DE COMMERCIALISATION
DE PREETHI, Sri Lanka,
Population 85

PROGRAMME DE GESTION DE
BALNEATION DU BETAIL A
KIPSIGIS, Kenya,
Agriculture, 11

PROGRAMME DES MEDIAS DE MASSE
OU PROGRAMME D'EDUCATION
DIRECTE, Mexique, **Nutrition,
73**

PROJET DE DEVELOPPEMENT RURAL
INTEGRE DE SHADAB, Pakistan,
Développement intégré, 27

PROJET D'ENSEIGNEMENT
RADIOPHONIQUE EN MILIEU
RURAL, Paraguay, **Education
et ressources humaines, 55**

(LE) PROJET DE VILLAGE DE
KAVAR, Iran, **Santé, 101**

PROJET D'EXPERIMENTATION EN
NUTRITION, Brésil,
Nutrition, 59

PROJET DU YUKON INFERIEUR
(SKYRIVER), Etats-Unis,
Développement intégré, 21

(LE) PROJET JAMU, Indonésie,
Population, 83

(LE) PROJET PILA, Guatemala,
Santé, 93

PROJET PILOTE D'ENSEIGNEMENT
PAR LA RADIO DES MEDIAS DE
COMMUNICATION POUR
L'EDUCATION DES ADULTES,
Sénégal, **Agriculture, 7**

PROJET POSHAK, Inde, **Nutrition,
67**

PROJET POUR L'EGALITE D'ACCES
DES FEMMES ET DES JEUNES
FILLES A L'EDUCATION, Haute-
Volta, **Développement
intégré, 25**

RADIO-MESSAGES, Equateur,
Développement intégré, 23

RADIO SANTA MARIA, République
Dominicaine, **Education et
ressources humaines, 37**

TELE-NIGER, Niger, **Education et
ressources humaines, 49**

(LA) TELEVISION EDUCATIVE ET LA
REFORME DE L'ENSEIGNEMENT,
El Salvador, **Education et
ressources humaines, 35**

UNITE DE COURS PAR
CORRESPONDANCE, Kenya,
**Education et ressources
humaines, 39**

ZAA NA UWATUNZE, Kenya, **Santé,
97**

Iran

DEMONSTRATION DE PLANNING
FAMILIAL A ISPAHAN,
Population, 77

(LE) PROJET DE VILLAGE DE
KAVAR, **Santé, 101**

Jamaïque

CAMPAGNE DE PLANNING FAMILIAL
SUR LE THEME "AYEZ BON
COEUR", **Population, 75**

Kenya

PROGRAMME DE GESTION DE
BALNEATION DU BETAIL A
KIPSIGIS, **Agriculture, 11**

UNITE DE COURS PAR
CORRESPONDANCE, **Education et
ressources humaines, 39**

ZAA NA UWATUNZE, **Santé, 97**

LAEDZA BATANANI, 19

(Voir aussi:) Afrique,
Autofinancement et financement
local, Botswana, **Développement
intégré**, (Les) femmes dans le
développement, Interpersonnel,
Médias populaires

Lesotho

**CENTRE D'INSTRUCTION A DISTANCE
DU LESOTHO**, Lesotho,
**Education et ressources
humaines, 45**

MASAGANA 99, 13

(Voir aussi:) **Agriculture**,
Aides audio-visuelles, Asie,
Bailleurs de fonds
internationaux, Emission
radiophonique, Emission
télévisée, Financement par
l'Etat, Interpersonnel,
Matériel imprimé, Philippines

Matériel imprimé

(L') **ACTION CULTURELLE
POPULAIRE (ACPO)**, Colombie,
Développement intégré 17
**ACTION CULTURELLE POPULAIRE DU
HONDURAS**, Honduras,
**Education et ressources
humaines, 53**
**CAMPAGNE DE PLANNING FAMILIAL
SUR LE THEME "AYEZ BON
COEUR"**, Jamaïque,
Population, 75
**CENTRE D'INSTRUCTION A DISTANCE
DU LESOTHO**, Lesotho,
**Education et ressources
humaines, 45**
**DEMONSTRATION DE PLANNING
FAMILIAL A ISPAHAN**, Iran,
Population, 77
(LES) ENFANTS DE MON FRERE,
Nigéria, **Population, 81**
**FORMATION D'ENSEIGNANTS PAR
SATELLITE (SITE)**, Inde,
**Education et ressources
humaines, 43**
**(L') HOMME EST LA SANTE (MTU NI
AFYA)**, Tanzanie, **Santé, 91**
MASAGANA 99, Philippines,
Agriculture, 13
MOVIMENTO DE EDUCACAO DE BASE

(MEB), Brésil, **Education et
ressources humaines, 57**

**PROGRAMME APROFAM DE PLANNING
FAMILIAL**, Guatemala,
Population, 87

**PROGRAMME DE COMMERCIALIZATION
DE PREETHI**, Sri Lanka,
Population, 85

**PROGRAMME DE GESTION DE
BALNEATION DU BETAIL A
KIPSIGIS**, Kenya,
Agriculture, 11

**PROJET DE COMMUNICATION DE
MASSE SUR LA NUTRITION**,
Inde, **Nutrition, 63**

**PROJET DE DEVELOPPEMENT RURAL
INTEGRE DE SHADAB**, Pakistan,
Développement intégré, 27

**PROJET D'ENSEIGNEMENT
RADIOPHONIQUE EN MILIEU
RURAL**, Paraguay, **Education
et ressources humaines, 55**

(LE) **PROJET DE VILLAGE DE
KAVAR**, Iran, **Santé, 101**

(LE) **PROJET JAMU**, Indonésie,
Population, 83

**PROJET PILOTE UTILISANT LES
RADIO-CLUBS DANS LE CADRE DE
L'EXPLOITATION AGRICOLE**,
Thaïlande, **Agriculture, 5**
**PROJET POUR L'EGALITE D'ACCES
DES FEMMES ET DES JEUNES
FILLES A L'EDUCATION**, Haute-
Volta, **Développement
intégré, 25**

RADIO DOCTEUR, Haïti, **Santé, 99**

RADIO SANTA MARIA, République
Dominicaine, **Education et
ressources humaines, 37**

TELEMEDICINE EN ALASKA, Etats-
Unis, **Santé, 95**

TELE-NIGER, Niger, **Education et
ressources humaines, 49**

(LA) **TELEVISION EDUCATIVE ET LA
REFORME DE L'ENSEIGNEMENT**,
El Salvador, **Education et
ressources humaines, 35**

**UNITE DE COURS PAR
CORRESPONDANCE**, Kenya,
**Education et ressources
humaines, 39**

Médias populaires

- APPROCHE COMPARATIVE ENTRE DES PRINCIPES D'AGRICULTURE ET LE PLANNING FAMILIAL, Philippines, **Population**, 79
(LES) ENFANTS DE MON FRERE, Nigéria, **Population**, 81
LAEDZA BATANANI, Botswana, **Développement intégré**, 19
PROGRAMME DES MEDIAS DE MASSE OU PROGRAMME D'EDUCATION DIRECTE, Mexique, **Nutrition**, 73
PROJET DE COMMUNICATION DE MASSE SUR LA NUTRITION, Inde, **Nutrition**, 63
PROJET POSHAK, Inde, **Nutrition**, 67
PROJET POUR L'EGALITE D'ACCES DES FEMMES ET DES JEUNES FILLES A L'EDUCATION, Haute-Volta, **Développement intégré**, 25

Mexique

- PROGRAMME DES MEDIAS DE MASSE OU PROGRAMME D'EDUCATION DIRECTE, **Nutrition**, 73

MOVIMENTO DE EDUCACAO DE BASE (MEB), 57

- (Voir aussi:) Amérique latine, Bailleurs de fonds internationaux, Brésil, **Education et ressources humaines**, Emission radiophonique, Financement par l'Etat, Interpersonnel, Matériel imprimé

Moyen-Orient

- DEMONSTRATION DE PLANNING FAMILIAL A ISPAHAN, Iran, **Population**, 77
(LE) PROJET DE VILLAGE DE KAVAR, Iran, **Santé**, 101

MTU NI AFYA, 91

- (L') HOMME EST LA SANTE, Tanzanie, **Santé**

Nicaragua

- RADIO MATHEMATIQUES, **Education et ressources humaines**, 33

Niger

- TELE-NIGER, **Education et ressources humaines**, 49

Nigéria

- (LES) ENFANTS DE MON FRERE, **Population**, 81

NUTRITION

- CAMPAGNE POUR L'ALLAITEMENT NATUREL, Trinidad et Tobago, 61
CAMPAGNE PUBLICITAIRE DES MEDIAS DE MASSE SUR LA NUTRITION, Philippines, 65
CAMPAGNE DE PUBLICITE SUR LA NUTRITION, Tunisie, 69
PROGRAMME DES MEDIAS DE MASSE OU PROGRAMME D'EDUCATION DIRECTE, Mexique, 73
PROJET DE COMMUNICATION DE MASSE SUR LA NUTRITION, Inde, 63
PROJET D'EXPERIMENTATION EN NUTRITION, Brésil, 59
PROJET POSHAK, Inde, 67

Pakistan, 65

- PROJET DE DEVELOPPEMENT RURAL INTEGRE DE SHADAB, Pakistan, **Développement intégré**, 27

Paraguay

- PROJET D'ENSEIGNEMENT RADIOPHONIQUE EN MILIEU RURAL, Paraguay, **Education et ressources humaines**, 55

Participation de l'AID, 67

- FORMATION D'ENSEIGNANTS PAR SATELLITE (SITE), Inde, **Education et ressources humaines**, 43
PROGRAMME APROFAM DE PLANNING FAMILIAL, Guatemala, **Population**, 87
PROJET DE COMMUNICATION DE MASSE SUR LA NUTRITION, Inde, **Nutrition**, 63
RADIO-MESSAGES, Equateur, **Développement intégré**, 23

RADIO-MATHEMATIQUES, Nicaragua,
Education et ressources
humaines, 33

(LA) TELEVISION EDUCATIVE ET LA
REFORME DE L'ENSEIGNEMENT,
El Salvador, Education et
ressources humaines, 35

UNITE DE COURS PAR
CORRESPONDANCE, Kenya,
Education et ressources
humaines, 39

PAYS (Voir:)

Afghanistan, Botswana, Brésil,
Colombie, République
Dominicaine, El Salvador,
Etats-Unis, Equateur,
Guatemala, Haïti, Haute-Volta,
Honduras, Inde, Indonésie,
Iran, Jamaïque, Kenya, Lesotho,
Mexique, Nicaragua, Niger,
Nigéria, Pakistan, Paraguay,
Philippines, Sénégal, Sri
Lanka, Tanzanie, Thaïland,
Trinidad, Tobago, Tunisie

Philippines

APPROCHE COMPARATIVE ENTRE DES
PRINCIPES D'AGRICULTURE ET
LE PLANNING FAMILIAL,
Population, 79

CAMPAGNE PUBLICITAIRE DES
MEDIAS DE MASSE SUR LA
NUTRITION, Nutrition, 65
MASAGANA 99, Agriculture, 13

POPULATION

APPROCHE COMPARATIVE ENTRE DES
PRINCIPES D'AGRICULTURE ET
LE PLANNING FAMILIAL,
Philippines, 79

CAMPAGNE DE PLANNING FAMILIAL
SUR LE THEME "AYEZ BON
COEUR", Jamaïque, 75
DEMONSTRATION DE PLANNING
FAMILIAL A ISPAHAN, Iran, 77
(LES) ENFANTS DE MON PERE,
Nigéria, 81

PROGRAMME APROFAM DE PLANNING
FAMILIAL, Guatemala, 87
PROGRAMME DE COMMERCIALISATION
DE PREETHI, Sri Lanka, 85
(LE) PROJET JAMU, Indonésie, 83

PROGRAMME APROFAM DE PLANNING FAMILIAL, 87

(Voir aussi:) Amérique latine,
Emission radiophonique,
Emission télévisée, Guatemala,
Interpersonnel, Matériel
imprimé, Participation de
l'AID, Population

PROGRAMME DE COMMERCIALISATION DE PREETHI, 85

(Voir aussi:) Aides audio-
visuelles, Asie, Bailleur de
fonds international, Emission
radiophonique, Film,
Interpersonnel, Matériel
imprimé, Population, Sri Lanka

PROGRAMME DE GESTION DE BALNEATION DU BETAIL A KIPSIGIS, 11

(Voir aussi:) Afrique,
Agriculture, Aides audio-
visuelles, Bailleurs de fonds
internationaux, Cassettes,
Film, Financement par l'Etat,
Interpersonnel, Kenya, Matériel
imprimé

PROGRAMME DES MEDIAS DE MASSE OU PROGRAMME D'EDUCATION DIRECTE, 75

(Voir aussi:) Aides audio-
visuelles, Cassettes,
Correspondance, Emission
radiophonique, Emission
télévisée, Film, Financement
par l'Etat, Interpersonnel,
Matériel imprimé, Médias
populaires, Mexique, Nutrition,
Radio, émetteur-récepteur,
Satellite

PROJET D'ENSEIGNEMENT RADIOPHONIQUE EN MILIEU RURAL, 55

(Voir aussi:) Amérique latine,
Bailleurs de fonds
internationaux, Education et
ressources humaines, Emission
radiophonique, Financement par
l'Etat, Interpersonnel,
Matériel imprimé, Paraguay

**PROJET DE COMMUNICATION DE MASSE
SUR LA NUTRITION, 63**

(Voir aussi:) Aides audio-
visuelles, Asie, Bailleurs de
fonds internationaux, Emission
radiophonique, (Les) femmes
dans le développement, Film,
Inde, Matériel imprimé, Médias
populaires, **Nutrition**,
Participation de l'AID

**PROJET DE DEVELOPPEMENT RURAL
INTEGRE DE SHADAB, 27**

(Voir aussi:) Asie,
Développement intégré,
Financement par l'Etat,
Interpersonnel, Matériel
imprimé, Pakistan

**PROJET D'EXPERIMENTATION EN
NUTRITION, 59**

(Voir aussi:) Aides audio-
visuelles, Amérique latine,
Bailleurs de fonds
internationaux, Brésil, (Les)
femmes dans le développement,
Interpersonnel, **Nutrition**

**(IE) PROJET DE VILLAGE DE KAVAR,
101**

(Voir aussi:) Bailleurs de
fonds internationaux,
Interpersonnel, Iran, Matériel
imprimé, Moyen-Orient, **Santé**

**PROJET DU YUKON INFERIEUR
(SKYRIVER), 21**

(Voir aussi:) Amérique du Nord,
Développement intégré, Etats-
Unis, (Les) femmes dans le
développement, Film,
Financement par l'Etat,
Interpersonnel, Skyriver, Télé-
VTR

(LE) PROJET JAMU, 83

(Voir aussi:) Asie, Auto-
financement et financement
local, Emission radiophonique,
(Les) femmes dans le
développement, Indonésie,
Interpersonnel, Matériel
imprimé, **Population**

**(LE) PROJET MODELE DE PLANNING
FAMILIAL, 81**

(Voir aussi:) Aides audio-
visuelles, Emission
radiophonique, (Les) femmes
dans le développement, Film,
Financement par l'Etat,
Interpersonnel, Iran, Matériel
imprimé, Moyen-Orient,
Population

(LE) PROJET PILA, 93

(Voir aussi:) Amérique latine,
Bailleurs de fonds
internationaux, Cassettes,
(Les) femmes dans le
développement, Guatemala,
Interpersonnel, **Santé**

**PROJET PILOTE D'ENSEIGNEMENT PAR LA
RADIO DES MEDIAS DE COMMUNICATION
POUR L'EDUCATION DES ADULTES, 7**

(Voir aussi:) **Agriculture**,
Asie, Bailleurs de fonds
internationaux, Correspondance,
Emission radiophonique, Film,
Financement par l'Etat,
Interpersonnel, Sénégal

**PROJET POUR L'EGALITE D'ACCES DES
FEMMES ET DES JEUNES FILLES A
L'EDUCATION, 25**

(Voir aussi:) Afrique, Aides
audio-visuelles,
Autofinancement et financement
local, Bailleurs de fonds
internationaux, **Développement
intégré**, Emission
radiophonique, (Les) femmes
dans le développement, Film,
Financement par l'Etat, Haute-
Volta, Interpersonnel, Matériel
imprimé, Médias populaires

PROJET POSHAK, 67

(Voir aussi:) Aides audio-
visuelles, Asie,
Autofinancement et financement
local, Bailleurs de fonds
internationaux, (Les) femmes
dans le développement, Film,

Financement par l'Etat, Inde,
Interpersonnel, Médias
populaires, Nutrition

**PROJET PILOTE UTILISANT LES RADIO-
CLUBS DANS LE CADRE L'EXPLOITATION
AGRICOLE, 5**

(Voir aussi:) Agriculture,
Asie, Bailleurs de fonds
internationaux, Emission
radiophonique, Financement par
l'Etat, Matériel imprimé,
Thaïlande

RADIO DOCTEUR, 99

(Voir aussi:) Aides audio-
visuelles, Amérique latine,
Autofinancement et financement
local, Cassettes, Emission
radiophonique, (Les) femmes
dans le développement,
Financement par l'Etat, Haïti,
Matériel imprimé, Santé

**RADIO-DRAMES SUR L'EDUCATION
SANITAIRE, 87**

(Voir aussi:) Bailleurs de
fonds internationaux, Emission
radiophonique, Financement par
l'Etat, Santé, Sri Lanka

Radio émetteur-récepteur

(L') HOMME EST LA SANTE (MTU NI
AFYA), Tanzanie, Santé, 91
TELEMEDECINE EN ALASKA, Etats-
Unis, Santé, 95
UNITE DE COURS PAR
CORRESPONDANCE, Kenya,
Education et ressources
humaines, 39

RADIO MATHÉMATIQUES, 33

(Voir aussi:) Aides audio-
visuelles, Amérique latine,
Education et ressources
humaines, Emission
radiophonique, Financement par
l'Etat, Interpersonnel,
Matériel imprimé, Nicaragua,
Participation de l'AID

RADIO MESSAGES, 23

(Voir aussi:) Amérique latine,
Cassettes, Développement

intégré, Emission
radiophonique, Equateur, (Les)
femmes dans le développement,
Interpersonnel, Participation
de l'AID

RADIO SANTA MARIA, 37

(Voir aussi:) Amérique latine,
Autofinancement et financement
local, Education et ressources
humaines, Emission
radiophonique, (Les) femmes
dans le développement,
Financement par l'Etat,
Interpersonnel, Matériel
imprimé, République Dominicaine

République Dominicaine

RADIO SANTA MARIA, Education et
ressources humaines, 37

SANTE

(L') HOMME EST LA SANTE, (MTU
NI AFYA), Tanzanie, 91
(LE) PROJET DE VILLAGE DE
KAVAR, Iran, 101
(LE) PROJET PILA, Guatemala, 93
RADIO DOCTEUR, Haïti, 99
RADIO-DRAMES SUR L'EDUCATION
SANITAIRE, Sri Lanka, 105
TELEMEDECINE EN ALASKA, Etats-
Unis, 95
ZAA NA UWATUNZE, Kenya, 97

Satellite

EXPERIENCE D'ENSEIGNEMENT
TELEVISE PAR SATELLITE
(SITE), Inde, Développement
intégré, 29
FORMATION D'ENSEIGNANTS PAR
SATELLITE (SITE), Inde,
Education et ressources
humaines, 43
TELEMEDECINE EN ALASKA, Etats-
Unis, Santé, 95

Secteur

Agriculture
Développement intégré
Education et ressources
humaines
Nutrition
Population
Santé

Sénégal

PROJET PILOTE D'ENSEIGNEMENT
PAR LA RADIO DES MEDIAS DE
COMMUNICATION POUR
L'EDUCATION DES ADULTES,
Sénégal, Agriculture, 7

Skyriver

PROJET DU YUKON INFERIEUR
(SKYRIVER), Etats-Unis,
Développement intégré, 21

Sri Lanka

PROGRAMME DE COMMERCIALISATION
DE PREETHI, Population, 85
RADIOS DRAMES SUR L'EDUCATION
SANITAIRE, Santé, 105

Tanzanie

(L') HOMME EST LA SANTE (MTU NI
AFYA), Santé, 91

TELEMEDECINE EN ALASKA, 95

(Voir aussi:) Alaska, Amérique
du Nord, Etats-Unis, (Les)
femmes dans le développement,
Financement par l'Etat,
Matériel imprimé, Radio,
émetteur-récepteur, Santé,
Satellite

TELE-NIGER, 49

(Voir aussi:) Afrique,
Bailleurs de fonds
internationaux, Education et
ressources humaines, Emission
télévisée, Financement par
l'Etat, Interpersonnel,
Matériel imprimé, Niger

Télévision

(Voir:) Emission télévisée et
Télé-VTR

**(LA) TELEVISION EDUCATIVE ET LA
REFORME DE L'ENSEIGNEMENT, 35**

(Voir aussi:) Amérique latine,
Bailleurs de fonds
internationaux, Education et
ressources humaines, El
Salvador, Emission télévisée,
Financement par l'Etat,
Interpersonnel, Matériel
imprimé, Participation de l'AID

Télé-VTR

PROJET DU YUKON INFERIEUR
(SKYRIVER), Etats-Unis,
Développement intégré, 21

Thaïlande

PROJET PILOTE UTILISANT LES
RADIO-CLUBS DANS LE CADRE DE
L'EXPLOITATION AGRICOLE,
Agriculture, 5

Tobago

CAMPAGNE POUR L'ALLAITEMENT
NATUREL, Nutrition, 61

Trinidad

CAMPAGNE POUR L'ALLAITEMENT
NATUREL, Nutrition, 61

Tunisie

CAMPAGNE DE PUBLICITE SUR LA
NUTRITION, Nutrition, 69

**UNITE DE COURS PAR CORRESPONDANCE,
39**

(Voir aussi:) Aides audio-
visuelles, Correspondance,
**Education et ressources
humaines**, (Les) femmes dans le
développement, Financement par
l'Etat, Interpersonnel, Kenya,
Matériel imprimé, Participation
de l'AID, Radio émetteur-
récepteur

ZAA NA UWATUNZE, 97

(Voir aussi:) Afrique,
Bailleurs de fonds
internationaux, Emission
radiophonique, Financement par
l'Etat, Interpersonnel, Kenya,
(Les) femmes dans le
développement, Santé

PROJECT PROFILES AVAILABLE IN ENGLISH

The following set of 72 *Project Profiles* are available in English. Those that have been translated are denoted by: (A) Arabic; (F) French and (S) Spanish.

AGRICULTURE

Basic Village Education	Guatemala	A, F, S
School-on-the-Air	India	A, F, S
The Radio Farm Forum Pilot Project	Thailand	A, F, S
Mali Livestock II Project	Mali	
Assistance to Rural Broadcasting	Afghanistan	A, F, S
Radio Educative /Pilot Project in Communication Media in Adult Education	Senegal	A, F, S
Kipsigis Homesteads Cattle-Dip Management Program	Kenya	A, F, S
Masagana 99	Philippines	A, F, S
Plan Puebla	Mexico	
Lefatshe La Rona—Our Land	Botswana	
The Training Component of the Thaba Bosiu Rural Development Project	Lesotho	
Radio Huayacacotla	Mexico	

NUTRITION

Experimental Nutrition Project	Brazil	A, F, S
Breastfeeding Campaign	Trinidad and Tobago	A, F, S
Mass Media Nutrition-Advertising Campaign	Philippines	A, F, S
Nutrition Mass Communication Project	India	A, F, S
Project Poshak	India	A, F, S
Nutrition Advertising Campaign	Tunisia	A, F, S
Mass Media vs. Direct Education Program	Mexico	A, F, S

POPULATION

The Have a Heart Family Planning Campaign	Jamaica	A, F, S
The Model Family Planning Project in Isfahan	Iran	A, F, S
Agricultural Analogy Approach to Family Planning	Philippines	A, F, S
The Korean Mothers' Club Program	Korea	
My Brother's Children	Nigeria	A, F, S
The Jamu Project	Indonesia	A, F, S
Batingaw	Philippines	
Preethi Marketing Program	Sri Lanka	A, F, S
APROFAM Family Planning Program	Guatemala	A, F, S

HEALTH

Man is Health (Mtu Ni Afya)	Tanzania	A, F, S
The Pila Project	Guatemala	A, F, S
Telemedicine in Alaska	United States	A, F, S
The Danfa Comprehensive Rural Health and Family Planning Project	Ghana	
The Candelaria Project	Colombia	
Zaa Na Uwatunze	Kenya	A, F, S
Radio Doctor	Haiti	A, F, S
Promotores de Salud	Guatemala	
The Kavar Viilage Project	Iran	A, F, S
Health Education Radio Dramas	Sri Lanka	A, F, S

EDUCATION AND HUMAN RESOURCES

Radio Mathematics
 Instructional TV and Educational Reform
 Radio Santa Maria
 BRAC's Sulla Functional Education Project
 ETV Samoa
 Mauritius College of the Air
 Radio ECCA
 Correspondence Course Unit
 SITE Teacher Training
 Lesotho Distance Teaching Centre
 Télé-Niger
 Acción Cultural Popular Hondureña
 Tarahumara Radio Schools
 Radioprimeria
 Rural Radio Education Project
 Functional Literacy and Family-Life
 Planning Program
 Movimento de Educação de Base
 The MOBREAL Adult Literacy Experiment
 The Shuar Radio Schools
 ETV Maranhão
 Korean Air and Correspondence High School
 KEDI Educational Radio and
 Television Broadcasting

INTEGRATED DEVELOPMENT

Acción Cultural Popular (ACPO)
Laedza Batanani
 The Lower Yukon (Skyriver) Project
 Radio Mensaje
 Agri-Service Ethiopia
 Inades
 Integrated Family Life Education Project
 Project for Equality of Access to
 Education for Women and Young Girls
 The Comilla Project
 Association of Radio Clubs of Niger
 The Shadab Integrated Rural Development Project
 Satellite Instructional Television Experiment (SITE)
 Audio Cassette Listening Forums

Nicaragua	A, F, S
El Salvador	A, F, S
Dominican Republic	A, F, S
Bangladesh	
American Samoa	
Mauritius	
Canary Islands	
Kenya	A, F, S
India	A, F, S
Lesotho	A, F, S
Niger	A, F, S
Honduras	A, F, S
Mexico	
Mexico	
Paraguay	A, F, S
Thailand	
Brazil	A, F, S
Brazil	
Ecuador	
Brazil	
Korea	
Korea	
Colombia	A, F, S
Botswana	A, F, S
United States	A, F, S
Ecuador	A, F, S
Ethiopia	
Ivory Coast	
Ethiopia	
Upper Volta	A, F, S
Bangladesh	
Niger	
Pakistan	A, F, S
India	A, F, S
Tanzania	